ABSTRAK

Sahrum, 2016. Strategi Pemasaran Bank Syariah Menggunakan Memorandum Of Understanding (Studi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pada Yayasan Al Falah Assalam Sidoarjo). Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah: Bagaimana cara-cara, langkah-langkah, atau strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang dalam membangun hubungan kerjasama dengan lembaga pendidikan.

Dalam menjawab permasalahan tersebut, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif yang berguna untuk mendeskripsikan dan memberikan data mengenai strategi pemasaran Bank Syariah Bukopin Cabang pada lembaga pendidikan. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan jenis data primer dan sekunder yang diperoleh dari informan serta dokumen mengenai jenis data-data yang dibutuhkan. Dalam menggali data penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan triangulasi. Adapun teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *pertama* Bank Syariah Bukopin cabang memilih bekerjasama dengan Yayasan Al Falah Assalam karena pendidikan merupakan salah satu core bisnis Bank, serta ada peluang bagi Bank yang belum disentuh oleh Bank lain yaitu pembayaran gaji/payroll yang ada pada Yayasan Al Falah Assalam dan adanya koneksi antara marketing Bank Syariah Bukopin cabang dengan salah Satu karyawan Yayasan Al Falah Assalam. *Kedua* strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin cabang dalam memasarkan produk dan jasanya, ialah menggunakan strategi promosi dengan cara *canvassing* atau menjemput bola, yakni dengan cara mendatangi langsung calon nasabah yang sebelumnya sudah mereka list. *Ketiga* Bank Syariah Bukopin cabang dan Yayasan Al Falah Assalam sama-sama memperoleh keuntungan dari adanya kejasama pembayaran gaji para guru dimana Bank mendapat *fee based income* sedangkan Yayasan mendapat keringanan karena aktifitas pembayaran gaji para guru ditangani oleh Bank.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, MOU

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id