

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Analisis Daya Minat Nasabah Non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Bank Jatim Syariah Kediri**”. Yang ditulis oleh Federicho Aldiansyah, NIM 17401163436, dengan pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh berdirinya Bank Jatim Syariah Kediri. Keberadaan Bank Jatim Syariah Kediri yaitu membatu memfasiliasi masyarakat dalam pembiayaan maupun transaksi keuangan lainnya. Nasabah Bank Jatim Syariah bukan hanya dari kalangan muslim saja tetapi juga ada yang Non Muslim. Banyak masyarakat non muslim mengambil salah satu produk perbankan syariah. Ada beberapa produk yang sangat diminati oleh nasabah non muslim. Dengan ini Bank Jatim Syariah bisa memperluas jangkauan untuk menambah jumlah nasabah selain beragama muslim dengan teknik pemasaran yang berbeda. Strategi pemasaran yang gunakan juga berbeda dengan nasabah muslim. Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah mendeskripsikan teknik pemasaran yang bisa diterapkan untuk menarik minat nasabah Non Muslim, mengetahui minat nasabah Non Muslim terhadap produk perbankan syariah. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi (1) Bagaimana minat nasabah non Islam terhadap produk pembiayaan yang ada di Bank Jatim Syariah Kediri?, (2) Bagaimana cara yang dilakukan oleh pihak Bank Jatim Syariah Kediri untuk menarik minat nasabah Non Muslim.?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti melakukan pengecekan ulang dengan menggunakan teknik triangulasi. Pengumpulan data yang paling berpengaruh di bagian wawancara, dimana ada dua pihak yang diwawancarai yaitu pihak nasabah non muslim dan karyawan bank jatim syariah dengan menggunakan beberapa nasarasumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran yang digunakan Bank Jatim Syariah Kediri untuk menarik minat nasabah Non Muslim yaitu : mengenalkan produk pembiayaan tersebut, menjelaskan produk pembiayaan, menjelaskan keuntungan yang didapat saat mengambil produk pembiayaan tersebut.(2) minat nasabah Non Muslim dipengaruhi beberapa faktor yaitu : keuntungan yang didapat, adminitrasi realtif murah.

Kata Kunci: Minat, Strategi Pemasar, Non Muslim

ABSTRACT

Thesis with the title "**Analysis of Non-Muslim Customers' Interest in Bank Jatim Syariah Kediri Financing Products**". Written by Federicho Aldiansyah, NIM 17401163436, with mentor Nur Aziz Muslim, M.H.I

. This research was based on the establishment of Bank Jatim Syariah Kediri. The existence of Bank Jatim Syariah Kediri is helping to facilitate the community in financing and other financial transactions. Bank Jatim Syariah customers are not only Muslim but also non-Muslim. Many non-Muslim people take one of the Islamic banking products. There are several products that are in great demand by non-Muslim customers. With this, Bank Jatim Syariah can expand its reach to increase the number of customers besides being Muslim with different marketing techniques. The marketing strategy used is also different from Muslim customers. The research objective in this thesis is to describe the marketing techniques that can be applied to attract Non-Muslim customers, to find out the interests of Non-Muslim customers towards Islamic banking products. The formulation of the problem in this study includes 1 How are non-Islamic customers interested in financing products in Bank Jatim Syariah Kediri ?, 2 How is it done by Bank Jatim Syariah Kediri to attract non-Muslim customers?

This research is a qualitative research with a descriptive approach. Methods of data collection using observation, interviews, and documentation. Researchers double-checked using triangulation techniques. The most influential data collection is in the interview section, where there are two parties being interviewed, namely non-Muslim customers and employees of Islamic banks, using several sources.

The results of this study indicate that: (1) the marketing strategy used by Bank Jatim Syariah Kediri to attract non-Muslim customers, namely: introducing the financing product, explaining the financing product, explaining the benefits obtained when taking the financing product. (2) the customer's interest Non-Muslims are influenced by several factors, namely: the benefits obtained, relatively cheap administration.

Keywords: Interests, Marketers Strategy, Non-Muslims