

BAB I

PENDAHULUAN

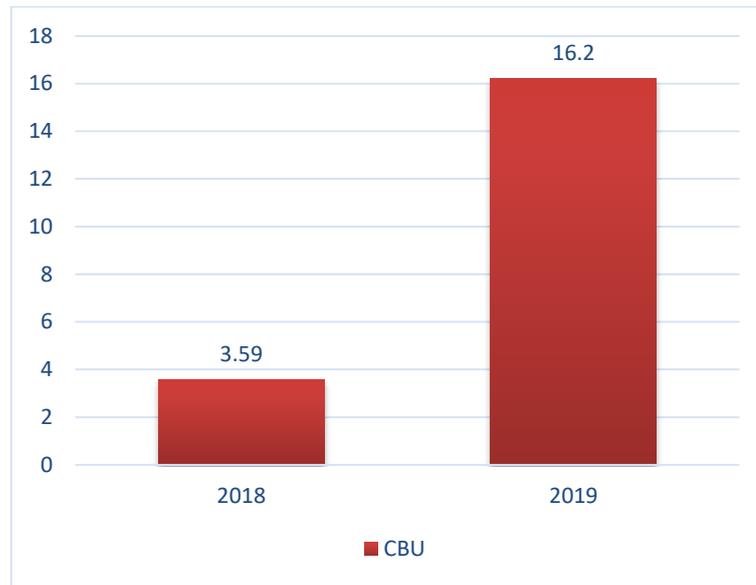
A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya pertumbuhan ekonomi dan zaman, maka semakin meningkat pula kebutuhan masyarakat terhadap alat transportasi, kendaraan menjadi sesuatu yang sangat penting bagi masyarakat, karena bagi kehidupan mereka saat ini kendaraan sebagai sarana transportasi sehari-hari yang lebih efisien dan efektif, dengan meningkatnya kebutuhan terhadap kendaraan bermotor, maka perusahaan mempunyai peluang bisnis untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat dengan memberikan jasa dalam pembiayaan kendaraan bermotor.¹

Data terkini menyatakan penjualan mobil nasional di 4 bulan pertama 2019 sedikit menurun, akan tetapi Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan ekspor mobil yang cemerlang. Sepanjang bulan Januari-April 2019 jumlah ekspor utuh (*completely built up/CBU*) Indonesia mencapai 90,236 unit atau tumbuh sebesar 16,2% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Fakta tersebut diungkapkan oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor (Gaikindo).²

¹Novita Ekasari, "Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi", Universitas Jambi Seri Humaniora Vol, 16, No. 2 (Juli-Desember 2014).

²Taufan Adharsyah, *Penjualan Mobil Domestik Lesu, Tapi Ekspor Melesat*, www.cnbcindonesia.com/market/20190522142803-17-74292/penjualan-mobil-domestik-lesu-tapi-ekspor-melesat, diakses pada 22 Mei 2019.

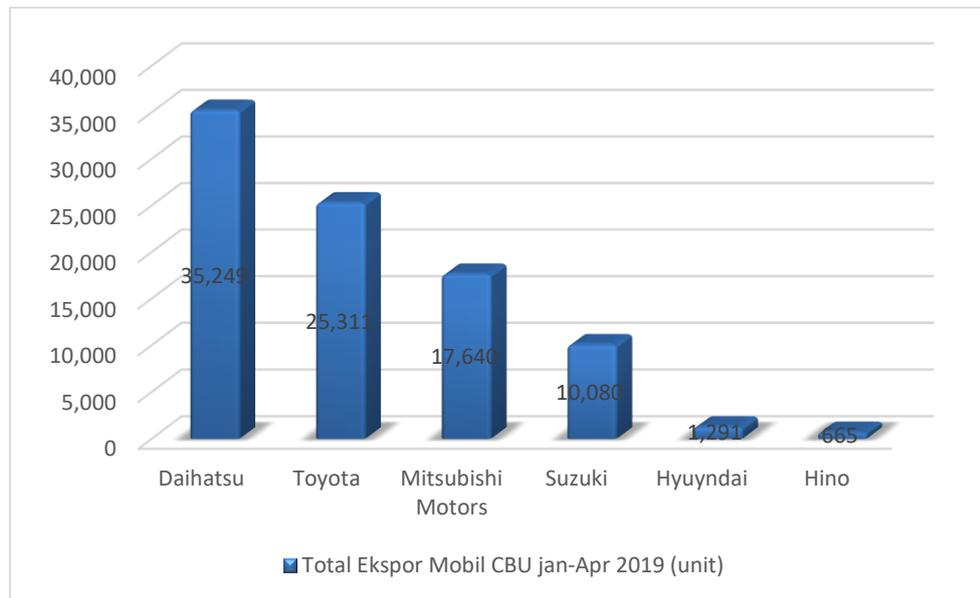


Gambar 1.1
Kurva Completely Built Up (CBU)

Sementara ekspor mobil dalam bentuk *knock down* (*Completely Knock Down/CKD*) sepanjang bulan Januari-April 2019 baru sebanyak 24,971 unit atau turun 6,4% YoY. Perlambatan ekspor mobil CKD tahun ini lebih mendalam, karena pada Januari-April 2018 berkontraksi hanya 4,19% YoY. Meski demikian apabila laju ekspor tahun ini dapat dipertahankan, bukan tidak mungkin angka pertumbuhan sepanjang tahun 2019 dapat lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Hingga saat ini Daihatsu tercatat sebagai pengeksport mobil CBU paling banyak dengan total mencapai 35,249 unit sepanjang Januari-April 2019, atau tumbuh sebesar 16,8% YoY. Sementara Toyota hanya sebanyak 25,311 unit atau sebesar 23,2% YoY.

Seri mobil-mobil dari Toyota dan Daihatsu yang menjadi primadona ekspor CBU diantaranya adalah Fortuner, Vios, Avanza, dan Rush. Menariknya saat ini Mitsubishi menjadi penyumbang ekspor mobil terbesar ketiga dengan total jumlah 17,640 unit atau naik hingga 5,013%

YoY pada bulan Januari-April 2019. Keseluruhan ekspor dari Mitsubishi Motors adalah mobil jenis Xpander.³



Gambar 1.2
Kurva Total Ekspor Mobil CBU Jan-Apr 2019 (unit)

Seperti yang diketahui ekspor Mitsubishi Xpander pertama kali dilakukan pada bulan April 2019 silam. Maka wajar saja apabila ada lonjakan jumlah ekspor pada tahun ini. Dengan begitu, setidaknya pertumbuhan penjualan mobil ekspor dapat membantu industri mobil dalam negeri. Karena penjualan mobil domestic tahun ini terbukti sedang dalam keadaan melemah. Total penjualan mobil domestik sepanjang bulan Januari-April 2019 hanya sebesar 337,892 unit, atau turun hingga 14,3% YoY. Padahal pada bulan Januari-April 2018 penjualan mobil Tanah Air mampu tumbuh sebesar 6% YoY.⁴

Meningkatnya jumlah kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor membuat perusahaan atau lembaga keuangan baik bank atau non

³Ibid, 22 Mei 2019.

⁴Ibid, 22 Mei 2019.

bank, baik yang berbasis konvensional maupun yang syariah telah banyak mengeluarkan produk-produk pembiayaan bagi konsumen dengan cara yang mudah dan harga yang murah, hal tersebut membuat konsumen semakin terpicu oleh promosi yang dilakukan oleh pihak-pihak lembaga keuangan.⁵Bank Mandiri Syariah salah satu lembaga keuangan yang tidak mau ketinggalan dengan lembaga yang lain telah menyediakan beberapa produk yang menjawab kebutuhan nasabah. Mulai produk pembiayaan, pendanaan, dan produk jasa-jasa lainnya. Produk pembiayaan yang ada di Bank Mandiri Syariah yakni BSM Griya, BSM Oto, BSM Implant, BSM Pensiun, BSM Gadai Emas, BSM Cicil Emas. Salah satu produk yang dapat diandalkan di Bank Mandiri Syariah yakni BSM Oto (pembiayaan kendaraan bermotor), karena pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan bermotor di Indonesia merupakan pembiayaan konsumtif terbesar kedua setelah pembiayaan kepemilikan rumah. Hal ini tidak lepas dari kebutuhan masyarakat akan kendaraan bermotor terutama mobil.

Pembiayaan kendaraan bermotor (PKB) atau BSM Oto merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan menggunakan akad jual beli *murabahah*, dimana pembayarannya bisa dilakukan dengan cicilan atau angsuran dengan jumlah angsuran yang sudah ditentukan di perjanjian awal yang akan di bayar setiap bulannya.⁶ Pembiayaan BSM

⁵Novita Ekasari, “Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi”, Universitas Jambi Seri Humaniora Vol, 16, No. 2 (Juli-Desember 2014).

⁶Mandiri Syariah, *Pembiayaan Kendaraan Bermotor*, www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/pembiayaan-konsumen/pembiayaan-kendaraan-bermotor, Di akses 21 Mei 2019.

Oto ini termasuk produk yang sangat diunggulkan di Bank Mandiri Syariah karena banyak nasabah yang berminat terhadap produk BSM Oto ini. Dengan adanya pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan bermotor ini masyarakat dapat memenuhi keinginannya untuk memiliki kendaraan baru.

Dalam pembiayaannya produk bsm oto di Bank Mandiri Syariah menggunakan akad murabahah yang dapat dilakukan berdasarkan pesanan. Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah, dan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya (bank dapat meminta uang muka pembelian kepada nasabah).⁷

Akad murabahah merupakan salah satu akad yang digunakan untuk produk pembiayaan perbankan syariah yang dilakukan dengan mengambil bentuk transaksi jual-beli. Namun murabahah bukan transaksi jual beli biasa antara satu pembeli dan satu penjual saja sebagai mana yang kita kenal didalam dunia bisnis perdagangan diluar perbankan syariah. Pada perjanjian murabahah lembaga pembiayaan membiayai pembelian barang atau asset yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli terlebih dahulu barang itu dari pemasok barang dan setelah kepemilikan barang itu secara yuridis berada ditangan lembaga pembiayaan, kemudian lembaga pembiayaan tersebut menjualnya kepada nasabah dengan menambahkan margin keuntungan dimana nasabah harus diberitahu terlebih dahulu oleh

⁷Ir. Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam, analisis fiqih dan keuangan*, (Depok : PT RajaGrafindo Persada, 2017), 115.

lembaga pembiayaan berapa harga beli dari pemasok atau *dealer* dan menyepakati berapa besar margin keuntungan yang ditambahkan atas harga beli yang telah ditetapkan oleh bank tersebut.⁸

Adapun dasar hukum yang menjelaskan tentang diperbolehkannya pembiayaan BSM OTO dengan akad murabahah terdapat dalam QS. An-Nisaa : 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An-Nisaa : 29).⁹

Sedangkan dalam Al-Hadist “Dari Suhaib ar-Rumi r.a bahwa Rasulullah saw bersabda, tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan yaitu jual beli secara tangguh, muqaraddah (mudharabah) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual” HR.Ibnu Majah.¹⁰

Dari penjelasan ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT melarang manusia dalam memperoleh harta dengan jalan yang batil, akan tetapi Allah menganjurkan dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka

⁸Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), 191.

⁹Kementrian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta : almahira, 2017), 83.

¹⁰Ikit, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta : Penerbit Gava Media, 2018), 122.

sama suka diantara kedua belah pihak yang terlibat dalam aktivitas perniagaan. Begitu pula pada pembiayaan kendaraan bermotor, strategi pemasaran yang baik dan tepat akan mampu menarik minat nasabah atau masyarakat yang ingin memiliki kendaraan bermotor, dengan diikuti suka sama suka antara pihak yang ingin melakukan pembiayaan dan yang akan memberikan pembiayaan.¹¹

Kemampuan menjual dalam situasi yang kompleks seperti sekarang ini memerlukan keandalan pemasaran dan tenaga penjual yang tidak terjebak pada prototipe pasar rasional dan spiritual sebagaimana segmentasi awal dalam melihat pasar perbankan syariah. Pada masa sekarang ini telah terbentuk pasar rasional yang religius sekaligus pasar religius yang rasional sehingga bank syariah mulai dipandang sebagai bank yang professional, islami, dan modern.¹²

Hadirnya bank berprinsip syariah ini semakin menambah ketat persaingan di dunia perbankan maupun perusahaan lainnya. Karena lembaga keuangan dalam penghimpunan dana ini tidak hanya bersaing antar lembaga syariah, tapi juga bersaing dengan bank konvensional dan lembaga keuangan lainnya. Dengan adanya persaingan tersebut, lembaga-lembaga keuangan ini harus menyusun strategi-strategi yang tepat dan efektif agar lembaga-lembaga tersebut dapat diminati oleh

¹¹Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 12.

¹²Ikatan Banking Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 312.

masyarakat dan dipercayai untuk menghimpun dan menyalurkan dana yang mereka miliki. Termasuk juga bank mandiri syariah, haruslah memiliki strategi pemasaran yang lebih baik.

Strategi pemasaran adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam hal memasarkan produk ataupun mencari nasabah. Karena sebaik apapun suatu produk tapi kalau strategi pemasarannya kurang baik dan efektif, maka produknya pun kurang diminati oleh nasabah. Begitu juga sebaliknya, meski kadang produk yang lembaga jual kurang terlalu bagus, tapi ketika strategi pemasarannya bagus dan efektif, maka besar peluang dari produk tersebut untuk laku di masyarakat. Sehingga strategi pemasaran ini merupakan ujung tombak dari sebuah bisnis, termasuk dalam usaha perbankan syariah.¹³

Kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan. Pemasaran (*marketing*) adalah aspek penting dalam sebuah praktik. Praktik bisnis tidak hanya menitikberatkan pada persoalan penjualan produk (orientasi kinerja penjualan) yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) pelanggan saja, namun juga terdapat proses jalinan komunikasi yang kontinu yaitu proaktif membina rangkaian jaringan

¹³Raden Ajeng Entarasmien & Desy Putri Pertiwi, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasan Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X", *Manajemen dan Pemasaran Jasa* Vol, 9, No. 1 (Maret, 2016), 65.

bisnis melalui pemasaran produk atau jasa yang dapat berkesan pada pelanggan (*loyalitas pelanggan*).

Berdasar uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam suatu penelitian dengan judul: **IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN BSM OTO DALAM MENARIK MINAT NASABAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH KCP KLAMPIS SURABAYA**. Karena sepengetahuan penulis judul tersebut belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu. Walaupun ada penelitian terdahulu tersebut berbeda dengan penelitian penulis, baik dari segi variabel, fokus penelitian, maupun objek penelitiannya.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi pemasaran produk pembiayaan bsm oto di Bank Mandiri Syariah KC Klampis Surabaya ?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan bsm oto dalam menarik minat nasabah pada Bank Mandiri Syariah KC Klampis Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi pemasaran produk pembiayaan bsm otto di Bank Mandiri Syariah KC Klampis Surabaya

2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran produk bsm pembiayaan otto untuk menarik minat nasabah di Bank Mandiri Syariah KC Klampis Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi disiplin keilmuan secara umum dan sekurang-kurangnya dapat dimanfaatkan untuk dua aspek yaitu :

1. Aspek teoritis, sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Strategi Pemasaran di Bank Syariah.
2. Aspek praktis, dapat dijadikan sebagai pedoman bagi para akademisi, praktisi, tokoh-tokoh agama didalam memasarkan produk bsm otto untuk menarik minat nasabah.

E. Penelitian Terdahulu

Terkait dengan tugas proposal skripsi yang diteliti oleh penulis, ada beberapa telaah pustaka dari penelitian sebelumnya yang telah dibuat sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan maupun pembeda bagi penelitian ini.

1. Tugas akhir yang ditulis oleh saudara Ummi Nurul Hidayah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi D-III Perbankan Syariah Universitas Islam Negri Walisongo Semarang tahun 2016, yang berjudul *Strategi Peemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri Kcp Ahmad Yani Semarang Dalam Menarik Minat Nasabah*

Kota Semarang Untuk Memanfaatkannya. Intinya skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan pemilikan rumah menggunakan implementasi 4P yaitu *place* (tempat), *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi). Skripsi ini berbeda dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti, karena skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pembiayaan pemilikan rumah, sedangkan penulis akan membahas tentang implementasi strategi pemasaran produk bsm oto.¹⁴

2. Skripsi yang ditulis oleh saudara Emi Silvia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2017, yang berjudul *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Pada PT. Al-Ijarah Indonesia Finance Lampung)*. Intinya skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan kendaraan bermotor yang mengacu pada bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu *place* (tempat), *price* (harga), *product* (produk), *promotion* (promosi). Skripsi ini mempunyai perbedaan dengan proposal skripsi yang penulis teliti, karena skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan kendaraan bermotor sedangkan penulis akan meneliti tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah dan

¹⁴Ummi Nurul Hidayah, “*Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri Kcp Ahmad Yani Semarang Dalam Menarik Minat Nasabah Kota Semarang Untuk Memanfaatkannya*”(Tugas akhir--Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2016), vii.

mempunyai kesamaan dengan proposal yang penulis teliti dalam hal produk bsm oto yang diteliti.¹⁵

3. Tugas akhir yang ditulis oleh saudara Uswatun Chasanah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi D-III Manajemen Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Tahun 2015, yang berjudul *Manajemen Pembiayaan BSM Oto Dengan Akad Murabahah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara*. Intinya skripsi ini membahas tentang manajemen pembiayaan dengan menggunakan skema pembiayaan, ketentuan pembiayaan dan implementasi manajemen pembiayaan bsm oto dengan akad murabahah. Skripsi ini berbeda dengan skripsi yang akan penulis teliti, karena skripsi ini membahas tentang bagaimana manajemen pembiayaan dan mempunyai kesamaan dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti dalam hal produk pembiayaan bsm oto.¹⁶
4. Tugas akhir yang ditulis oleh saudara Nurhasanah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi D-III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Tahun 2018, yang berjudul *Penanganan Risiko Pembiayaan Oto Di PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad*. Intinya skripsi ini membahas tentang penanganan resiko

¹⁵Emi Silvia, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Pada PT. Al-Ijarah Indonesia Finance Lampung)*, (Skripsi--UIN Raden Intan, Lampung, 2017), iv.

¹⁶Uswatun Chasanah, "*Manajemen Pembiayaan BSM Oto Dengan Akad Murabahah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara*" (Tugas akhir--Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Purwokerto, 2015), 55.

terhadap pembiayaan nasabah yang tidak membayar angsuran pada saat tanggal jatuh tempo, karena adanya biaya-biaya yang tidak terduga diluar angsuran bisa saja kadang muncul misalnya anak sakit atau istri sakit. Skripsi ini berbeda dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti, karena skripsi ini membahas penanganan resiko pembiayaan dan mempunyai kesamaan dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti dalam hal pembiayaan produk bsm oto.¹⁷

5. Skripsi yang ditulis oleh saudara Ade Ikhwan Anshori Fakultas Syariah dan Hukum Prodi Muamalat (Ekonomi Islam) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014, yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Cilandak)*. Intinya skripsi ini membahas tentang strategi yang digunakan untuk menarik minat nasabah pada produk warung mikro melalui segmentasi demografis, segmentasi geografis, dan juga *marketing mix*. Skripsi ini berbeda dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti, karena skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk warung mikro dan mempunyai kesamaan dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti dalam hal untuk menarik minat nasabahnya.¹⁸
6. Skripsi yang ditulis oleh saudara Eryq Andriqo Alqadar Fakultas Syariah dan Hukum Prodi Muamalah Universitas Islam Negeri Sunan

¹⁷Nurhasanah, “*Penangan Resiko Pembiayaan Oto di PT. Bank Syariah MAndiri Kcp Medan Ringroad*” (Tugas akhir--Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan,2018), iii.

¹⁸Ade Ikhwan Anshori, “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Cilandak)*”(Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014), 56.

Gunung Djati Bandung Tahun 2014, yang berjudul *Pelaksanaan Denda Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Jatinangor*. Intinya skripsi ini membahas tentang pelaksanaan denda pada pembiayaan murabahah bsm oto di bank syariah mandiri kcp jatinangor. Skripsi ini berbeda dengan proposal skripsi yang akan penulis teliti, karena skripsi ini hanya membahas tentang pelaksanaan denda yang diberikan oleh bank kepada nasabah dalam produk pembiayaan bsm oto dan mempunyai kesamaan dengan proposal yang akan penulis teliti dalam hal produk bsm oto yang akan diteliti.¹⁹

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Tahun	Hasil	Penelitian Sekarang
1	Ummi Nurul Hidayah	Strategi Pemasaran Pembiayaan Pemilikan Rumah Griya Bank Syariah Mandiri KCP Ahmad Yani Semarang Dalam Menarik Minat Nasabah Kota Semarang Untuk Memanfaatkannya	2016	strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan pemilikan rumah menggunakan implementasi 4P yaitu <i>place</i> (tempat), <i>price</i> (harga), <i>product</i> (produk), <i>promotion</i> (promosi).	Penelitian saudara Semuanya berbeda dengan penelitian yang akan peneliti teliti, karena peneliti sekarang membahas tentang Implementasi Staretgi Pemasaran Produk Pembiayaan BSM OTO Dalam Menarik Minat

¹⁹Eryq Andriqo Alqadar, “*Pelaksanaan Denda Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Produk BSM OTO Di Bank Syariah Mandiri KCP Jatinangor*” (Skripsi--Universitas Islam Negri Sunan Gunung Djati, Bandung, 2014), i.

					Nasabah Di Bank Mandiri Syariah KC Klampis Surabaya.
2	Emi Silvia	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Kendaraan Bermotor (Studi Pada PT. Al-Ijarah Indonesia Finance Lampung)	2017	strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan kendaraan bermotor yang mengacu pada bauran pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).	
3	Uswatun Chasanah	Manajemen Pembiayaan BSM OTO Dengan Akad Murabahah Di Bank Syariah Mandiri Kantor Pembantu Banjarnegara	2015	manajemen pembiayaan dengan menggunakan skema pembiayaan, ketentuan pembiayaan dan implementasi manajemen pembiayaan bsm oto dengan akad murabahah.	
4	Nurhasanah	Penanganan Resiko Pembiayaan OTO Di PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad	2018	Bank meminta jaminan kepada nasabah berupa surat Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB).	
5	Ade Ikhwan Anshori	Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi	2014	Strategi yang digunakan melalui segmentasi demografis, segmentasi geografis	

		Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak)		dan <i>marketing mix</i> .	
6	Eryq Andriqo Alqadar	Pelaksanaan Denda Pada Pembiayaan Murabahah Dalam Produk BSM OTO Di Bank Mandiri KCP Jatinangor	2014	Pelaksanaan denda, besar kecilnya <i>ta'widh</i> telah dicantumkan dalam akad sebesar 0,00069 x nominal angsuran.	

Dari beberapa karya tulis yang penulis telusuri ternyata belum ada yang secara jelas membahas tentang Implementasi Strategi Pemasaran Produk BSM OTO.

F. Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan dalam skripsi ini tersusun dalam 5 bab yang masing-masing bab-nya terdiri dari beberapa sub bab pembahasan, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah dalam pemahaman adapun sistematikanya adalah sebagai berikut :

Bab I : pada bab kesatu ini adalah pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika pembahasan.

Bab II : pada bab kedua adalah pembahasan tentang landasan teori-teori, landasan teori ini terdiri dari beberapa sub bab. *Pertama* pembahasan tentang strategi pemasaran. *Kedua* tentang produk pembiayaan di bank syariah. *Ketiga* tentang minat nasabah.

Bab III : pada bab ketiga ini adalah metode penelitian, disini akan dijelaskan bagaimana langkah dalam meneliti. Metode penelitian ini berisikan jenis dan pendekatan penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data.

Bab IV : pada bab keempat ini adalah uraian dari hasil penelitian, yang berisi paparan data dan analisis data. Dalam paparan data berisi tentang profil Bank Mandiri Syariah kcp Klampis Surabaya, implementasi strategi pemasaran produk bsm oto di Bank Mandiri Syariah kcp Klampis Surabaya, analisis strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah di Bank Mandiri Syariah kcp Klampis Surabaya. Pada analisis data berisi tentang implementasi strategi pemasaran produk bsm otto untuk menarik minat nasabah di Bank Mandiri Syariah kcp Klampis Surabaya.

Bab V : merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas pokok permasalahan yang penulis ajukan dan juga saran yang akan berguna bagi penulis pada khususnya dan pihak-pihak lain pada umumnya.