

ABSTRAK

STRATEGI *ISLAMIC BRANDING*

PRODUK PEMBIAYAAN BANK SYARIAH

(STUDI KASUS PADA PT. BANK BCA SYARIAH

KANTOR CABANG SURABAYA)

Brand (merek) merupakan salah satu aspek penting dalam dunia bisnis karena *brand* akan menjadi ciri khas perusahaan dalam memasarkan produknya. Disamping itu *brand* juga menjadi salah satu pemikat konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk yang ada. Sedangkan seiring dengan berkembangnya zaman masyarakat muslim di dunia khususnya di Indonesia menginginkan adanya produk halal baik berupa barang maupun jasa yang dapat digunakan dengan rasa aman dan sesuai syariat Islam, sehingga *Islamic Branding* hadir untuk menjawab permintaan pasar tersebut. Dalam dunia perbankan syariah pun strategi *islamic Branding* yang tepat diperlukan untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Untuk itu penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk dapat memunculkan model strategi *Islamic Branding* di bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data dari studi literatur dan wawancara yang dilakukan di PT. Bank BCA Syariah KC Surabaya. Hasil penelitian ini memunculkan sebuah model strategi *Islamic Branding* yang sekiranya dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menyusun strategi *Islamic Branding* dan mengoptimalkan pemasaran khususnya untuk produk pembiayaan di dalam industri perbankan syariah.

Kata Kunci: *Islamic Branding*, Bank Syariah, Produk Pembiayaan Bank Syariah