

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi”. Yang disusun oleh AULIA RAHMA YENTI, NIM 3117051, Program Studi DIII Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisa yang digunakan yaitu melalui analisa SWOT dan matrik SWOT yang diperoleh kemudian diambil kesimpulan.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah kurangnya minat nasabah terhadap produk cicil emas dan belum semua masyarakat mengetahui secara luas tentang produk cicil emas karna kurangnya sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa BSM KC Bukittinggi menggunakan Segmentation, Targetting, positioning dan Marketing Mix yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses pada produk pembiayaan cicil emas. Kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi yaitu produk cicil emas yang ditawarkan kepada masyarakat mendapat tanggapan bahwa minat nasabah masih belum membutuhkan emas dan masyarakat cenderung lebih memilih memenuhi kebutuhan primernya, dan didalam kesyariahan produk cicil emas serta sulit menjelaskan kepada nasabah tentang naik turunnya emas.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang peneliti lakukan terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi peneliti menemukan hasil, sehingga strategi yang tepat untuk dilakakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi adalah strategi SO. Karena dapat dilihat bahwa faktor kekuatan (Strenghts) lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan (Weakness), dan faktor peluang (Opportunity) juga lebih besar dibandingkan dengan ancaman (Threats). Artinya, yaitu dapat memanfaatkan peluang yang ada dan memaksimalkan kekuatan agar mampu bersaing dengan lembaga-lembaga perbankan lain. adapun strategi SO yaitu mempertahankan image Bank Syariah Mandiri KC Bukittinggi, memperkuat kerja sama dengan instansi-instansi dan mempertahankan keunggulan produk serta melakukan sosialisasi dan promosi yang lebih giat di berbagai media untuk meningkatkan pangsa pasar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Cicil Emas