

## ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **RAHMANITA PARAMANDA**, dengan NIM. **3321219** Program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Negeri Islam (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul skripsi “**Analisis Implementasi Strategi Marketing Public Relations pada BPRS Haji Miskin Pandai Sikek**”.

*Marketing Public Relations* adalah kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dan berkala sesuai dengan fakta yang ada, untuk meyakinkan konsumen, memberikan informasi kesan yang baik, menimbulkan minat calon pembeli dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Marketing Public Relations juga dapat memberikan efek awareness atau kesadaran di masyarakat dengan menempatkan berita ataupun informasi terkait produk/ layanan yang diberikan pada seluruh media yang ada untuk menarik perhatian masyarakat dalam mencoba produk ataupun jasa yang diberikan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis implementasi Strategi Marketing Public Relations.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang dilakukan dengan pengamatan langsung ke PT BPRS Haji Miskin Pandai Sikek. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan tiga strategi penting yang menjadi kunci keberhasilan dalam *Strategi Marketing Public Relation (PR)*, yaitu: *pull Strategy*, *Push Strategy*, *Pass Strategy*.

Dari hasil penelitian pada PT BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dapat dikemukakan implementasi *Public Relations (PR)* menggunakan tiga strategi utama: *pull Strategy* (menarik) melalui kegiatan *publikasi, news dan media identity*, Kedua *push strategy* (mendorong) BPRS melalui kegiatan seperti *event serta speeches*, Ketiga *pass strategy* (membujuk) melalui kegiatan seperti *event maupun sponsorsip*.

**Kata Kunci** : *Strategy, Marketing Public Relations*