

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan KUR Syariah Berbasis Marketing Mix Dalam Mewujudkan UMKM Mandiri (Studi Kasus Bank BSI KCP Pangkalan)” yang disusun oleh Jihan Silvia, Nim 3322031. Mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Sjech. M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah berbasis marketing mix 7P dalam mewujudkan UMKM mandiri pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pangkalan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada belum optimalnya realisasi penyaluran pembiayaan KUR Syariah dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan, meskipun program ini memiliki peran strategis dalam mendukung permodalan dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Rendahnya tingkat penyaluran tersebut diduga dipengaruhi oleh implementasi strategi pemasaran yang belum maksimal, khususnya dalam aspek promosi, jangkauan pemasaran, serta pemahaman masyarakat terhadap pembiayaan syariah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pihak Bank BSI KCP Pangkalan serta pelaku UMKM sebagai informan penelitian. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis strategi pemasaran difokuskan pada unsur marketing mix 7P, yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan KUR Syariah di Bank BSI KCP Pangkalan telah diterapkan pada seluruh unsur *marketing mix 7P*, namun belum sepenuhnya optimal. Aspek produk, harga, dan proses dinilai telah memberikan kemudahan dan nilai tambah bagi nasabah UMKM. Namun, aspek promosi, tempat, dan sumber daya manusia masih perlu ditingkatkan agar informasi mengenai KUR Syariah dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas. Dengan penguatan strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan, pembiayaan KUR Syariah berpotensi besar dalam mendukung kemandirian UMKM serta meningkatkan realisasi penyaluran pembiayaan di Bank BSI KCP Pangkalan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran; KUR Syariah; Marketing Mix 7P