

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Inovasi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. BPRS Haji Miskin Pandai Sikek**”, yang disusun oleh **Amelia** dengan NIM 3322254 jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang masalah penelitian ini adalah melihat inovasi pemasaran yang dilakukan BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah. Untuk itu fokus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk strategi pemasaran (*product, price, promotion, place, process, people, physical evidence*) pembiayaan murabahah yang difokuskan oleh BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam meningkatkan jumlah nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi pemasaran yang dilakukan BPRS Haji Miskin Pandai Sikek dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan murabahah. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan Direktur Utama serta bagian Marketing. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPRS Haji Miskin menerapkan inovasi bauran pemasaran 7P yang sangat adaptif terhadap kebutuhan lokal. Pada indikator *Product*, Bank menawarkan keunggulan-keunggulan dari produk pembiayaan murabahah kepada masyarakat untuk menarik minat masyarakat agar melakukan pembiayaan murabahah di BPRS Haji Miskin Pandai Sikek. *Price* ditentukan melalui mekanisme negosiasi transparan dengan margin kompetitif. Strategi *Place* dan *Promotion* dioptimalkan melalui sistem "Jemput Bola" secara *door-to-door*. Elemen *People* mengedepankan nilai FATWA (*Fatonah, Amanah, Tabligh, Shiddiq*) dan budaya kearifan lokal. *Process* mengunggulkan efisiensi melalui kecepatan pencairan (1-3 hari), sementara *Physical Evidence* didukung oleh sistem komputerisasi yang akurat dan kredibel.

Kendala utama yang ditemukan meliputi faktor alam (cuaca ekstrem) yang memengaruhi ekonomi nasabah petani, rendahnya literasi syariah, persaingan pasar, serta hambatan geografis pedesaan yang membatasi aksesibilitas fisik kantor meski berada di pinggir jalan raya utama. Upaya mengatasinya dilakukan melalui edukasi komunitas berbasis tokoh masyarakat, optimalisasi layanan lapangan, pemanfaatan WhatsApp sebagai media informasi, serta fleksibilitas dalam restrukturisasi pembiayaan.

Kata Kunci: *Inovasi Pemasaran, 7P, Pembiayaan Murabahah, BPRS*