

ABSTRAK

Skripsi penulis ini berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT. BPRS Al-Makmur Payakumbuh**”. Disusun oleh **Siti Jamila, NIM: 3317.125**. Dengan program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negri Bukittinggi.

Yang melatar belakangi penelitian ini adalah letak kantor PT. BPRS al-makmur Payakumbuh yang berada di Pusat Kota dan juga dekat dengan keramaian sehingga bisa menjadi suatu kekuatan dan peluang oleh PT. BPRS al-makmur untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya. Tetapi jika dilihat dari jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan murabahah dari data 5 tahun terakhir secara umum mengalami penurunan setiap tahunnya karena masyarakat masih banyak yang kurang paham dengan proses pembiayaan murabahah di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan startegi pemasaran produk pembiayaan murabahah dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian langsung ke lapangan (*field research*), yang bersifat deskriptif kualitatif. Didalam penelitian menggunakan teknik pengumpulan data berupa, dokumentasi, observasi dan wawancara. Analisis datanya melauai analisis SWOT, Internal Faktor Evolution (IFE) dan Eksternal Faktor Evolution (EFE), Matrik SWOT, data yang diperoleh kemudian dibuatkan kesimpulannya.

Berdasarkan penelitian dan analisa data yang telah dilakukan pada PT. BPRS al-makmur Payakumbuh dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk pembiayaan murabahah yang dilakukan PT. BPRS al-makmur Payakumbuh memilih strategi SO (*Strengths* dan *Opportunities*) dengan jumlah skor 4.95. Yang menjadi kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang diambil adalah: 1. Lokasi yang startegis sehingga akses bank mudah dijangkau nasabah yang ingin melakukan pembiayaan murabahah, 2. Memanfaatkan proses yang cepat dan mudah untuk memenuhi permintaan pasat terhadap produk pembiayaan murabahah, 3. Menjalinnnya hubungan yang harmonis dengan nasabah sehingga wilayah pemasaran semakin luas

Kata kunci : Strategi, pemasaran produk pembiayaan murabahah