

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh SILPIA RAHAYU No Bp/Nim. 3317.071 Program Studi Strata-1 Perbankan Syariah dengan judul "**Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Syariah Pada BMT *Al-Hijrah* Bukittinggi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah**". Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan mikro syariah pada BMT *Al-Hijrah* Bukittinggi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, menggunakan data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi metode pengolahan data yang digunakan adalah metode analisis SWOT.

Dari penelitian yang penulis lakukan dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan mikro syariah pada BMT *Al-Hijrah* Bukittinggi dalam meningkatkan jumlah nasabah dilakukan dengan menggunakan strategi SO yaitu:

1. Menggunakan Strategi Promosi BMT *Al-Hijrah* Bukittinggi melalui cara meluruskan niat, jemput bola, dan service (pelayanan) untuk menjangkau masyarakat yang belum membuka pembiayaan mikro syariah.
2. Mengoptimalkan team marketing untuk mencapai target dalam pembiayaan mikro syariah.
3. Memanfaatkan produk yang paling banyak diminati nasabah adalah produk tabungan agar banyaknya masyarakat yang membuka pembiayaan mikro syariah.
4. Dengan banyaknya promosi maka pembiayaan akan bertambah agar diambil melalui dana tabungan dan dilemparkan menjadi pembiayaan nasabah.
5. Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dalam memberitahu penggunaan produk pembiayaan mikro syariah agar terjalannya kerjasama yang baik antar lembaga dengan masyarakat mengenai pembiayaan mikro syariah.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk, Pembiayaan Bank Syariah