

ABSTRAK

Dea Alfritri 20650018 Strategi pemasaran Pada Pembiayaan Murabahah di PT. BPRS Metro Madani Kantor Pusat Metro, Tugas Akhir Jurusan D-III Program Studi perbankan dan keuangan, fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, pembimbing (1) Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA. Pembimbing (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

BPRS Metro Madani merupakan lembaga keuangan yang menggunakan sistem rumpun syariah. Bank syariah ini mampu menawarkan keunggulan dibandingkan dengan bank lain berdasarkan Al-Quran dan Al-Hadits yang dijamin oleh undang-undang tentunya transaksi keuangan dilakukan dengan cara yang halal. Bank sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang penggalangan dana, membiayai produk-produk bagi mereka yang membutuhkan. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Pusat Metro yang merupakan lembaga keuangan yang menawarkan barang atau jasa, setiap penawaran tentu memiliki cara pemasaran (marketing mix). Setiap produk pemasaran yang diterapkan dapat mempengaruhi strategi pemasaran untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis digunakan sebagai metode untuk menjawab permasalahan penelitian. Teknik wawancara digunakan dalam pengumpulan data dan dokumentasi sumber data yang digunakan sebagai sumber data primer, selain itu, pemikiran induktif digunakan dalam model analisis data.

Berdasarkan penelitian BPRS Metro Madani KP Metro dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan untuk produk adalah bauran pemasaran. Terdapat beberapa prinsip strategi pemasaran produk di BPRS Metro Madani yaitu strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi integrasi dan strategi diversifikasi. Dalam pelaksanaan pemasaran produk, strategi pemasaran harus ditingkatkan dan karyawan dapat lebih meningkatkan kinerjanya.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Pembiayaan Murabahah.