

ABSTRAK

Erico Feri Sandi, 2021, *Penerapan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Sepeda Motor Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing Dr. Sakinah, M.E.I.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Sepeda Motor

Pada hakikatnya setiap lembaga keuangan syariah memerlukan strategi Pemasaran dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan pangsa pasarnya. Bauran Pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, people, process, dan physical evidence*) merupakan hal terpenting dalam pemasaran yang bisa menentukan keberhasilan lembaga keuangan syariah dalam memilih pasarnya. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan menerapkan strategi pemasaran yaitu Bauran Pemasaran 7P sebagai startegi pemasaran yang akan dijadikan pedomannya. Salah satu produknya adalah Pembiayaan Sepeda Motor, produk ini adalah suatu pinjaman atau pembiayaan bagi masyarakat yang ingin mempunyai kendaraan pribadi sesuai keinginannya yang tidak bisa membeli secara tunai.

Ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini yaitu: *pertama*, bagaimana implementasi marketing mix yang meliputi *product, price, promotion, place, people, proses, dan physica levidence* produk pembiayaan sepeda motor dalam meningkatkan minat nasabah pada bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan, *kedua* bagaimana efektivitas implementasi strategi pemasaran *product, price, promotion, place, people, proses, dan physica levidence* produk pembiayaan sepeda motor dalam meningkatkan minat nasabah pada bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Hasil penelitian berisi kutipan-kutipan dari data yang telah dikumpulkan. Sumber data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa startegi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam meningkatkan minat nasabah yaitu *pertama*, *Product* hal utama dalam melihat produk tersebut akan laku dipasaran atau tidak yaitu dengan cara pihak marketing melakukan identifikasi terhadap produk apa saja yang sedang laku di pangsa pasar. *Kedua*, *Price* yaitu hal utama yang dilakukan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam menetapkan harga dengan cara mengetahui terlebih dahulu harga kendaraan di dealer dan dipasar, setelah itu pihak BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan bisa menentukan kisaran harga jual kepada calon nasabah pembiayaan sepeda motor dan menetapkan margin. *Ketiga*, *Promotion*

yaitu dilakukan dengan cara langsung dan tidak langsung kepada masyarakat sekitar, promotion ini diterapkan agar masyarakat minat terhadap pembiayaan sepeda motor yang ada. Keempat, Place merupakan faktor yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam melakukan pembelian. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan berada di tempat yang sangat startegis yaitu di kota Pamekasan dan dekat dengan berbagai instansi yang ada.