

## ABSTRAK

Luluk Maulinda Sari, 2021, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan KPR Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di 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 Moch. Cholid Wardi, M.H.I.

### **Kata Kunci: Strategi Pemasaran, KPR Syariah**

Pada hakikatnya setiap lembaga keuangan syariah memerlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan dan memperluas pangsa pasarnya. *Segmentation, Targeting, Positioning* merupakan elemen terpenting dalam pemasaran yang dapat menentukan keberhasilan suatu lembaga keuangan syariah dalam memilih pangsa pasar mereka. BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menerapkan strategi pemasaran *segmentation, targeting, positioning* sebagai proses awal sebelum menawarkan produk pembiayaannya. Salah satu produknya yaitu pembiayaan KPR Syariah dimana produk ini merupakan suatu pinjaman atau pembiayaan bagi masyarakat yang membutuhkan atau membeli tempat tinggal impiannya serta yang layak bagi keluarganya. BPRS Bhakti Sumekar memiliki keunggulan pada produk pembiayaan KPR Syariah yaitu bebas biaya admin, angsuran tetap, serta margin yang kompetitif dan lokasi strategis mudah dijangkau masyarakat.

Ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini yaitu: *pertama*, bagaimana implementasi strategi pemasaran *segmentation, targeting, dan positioning* produk pembiayaan KPR Syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan, *kedua* bagaimana efektivitas implementasi strategi pemasaran *segmentation, targeting dan positioning* produk pembiayaan KPR Syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di 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 strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yaitu *pertama*, menerapkan strategi segmentasi geografis, demografis, psikografis. *Kedua, targeting* yaitu masyarakat yang mempunyai pendapatan tetap dan pekerjaan tetap seperti TNI, PNS, Polri serta karyawan lainnya. *Ketiga, positioning* yaitu mendesain citra lembaga yang baik serta pengomptimalan pelayanan nasabah yang baik. Dapat dikatakan strategi pemasaran STP yang diterapkan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan pada produk pembiayaan KPR Syariah dinilai efektif dikarenakan jumlah nasabah dari tahun ke tahun meningkat. Meningkatnya jumlah nasabah dikarenakan pelayanan yang optimal.