

ABSTRAK

Kamariyatul Herlina. 2020. *Strategi Pemasaran Terhadap Produk Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) Sejahtera Syariah pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan.* Skripsi, Program Studi DIII Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.HI (II) Sri Winarsih, S.E.MM

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, PPR Sejahtera Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana produk Pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan, karena yang saya teliti, bahwa produk ini lagi sangat digemari oleh masyarakat Kabupaten Balangan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah pada PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan serta kendala-kendala yang dialami.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat penelitian adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara langsung terhadap staff PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan serta pengkajian dari data yang diperoleh kemudian dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini bahwa strategi pemasaran terhadap produk pembiayaan pemilikan rumah (PPR) sejahtera syariah adalah dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yang meliputi 4P Yaitu, produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), Tempat (*Place*) dan memilih target pasar yang tepat. Adapun kendala yang dialami PT. Bank Kalsel Cabang Pembantu Syariah Paringin Kabupaten Balangan adalah kurang tahunya pengetahuan masyarakat Balangan terhadap produk PPR Sejahtera Syariah.