

ABSTRAK

Shaufa Maulia Fadilla. 2020. *Strategi Pencapaian Target Oleh Sales Marketing Dalam Pembiayaan Mikro di Bank BRI Syariah KCP Kayutangi.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A, (II) H. Haris Faulidi Asnawi, Lc, M.Si.

Kata Kunci: Strategi, Kendala, Pencapaian Target, BRI Syariah KCP Kayutangi

Bank BRI Syariah KCP Kayutangi merupakan lembaga perbankan syariah dan sebagai bank retail modern yang memberikan solusi keuangan yang amanah, di tahun 2019 bank BRI Syariah KCP Kayutangi mengalami penurunan aset dan Out Standing yang mana berdampak pada pencapaian target yang dilakukan oleh sales marketing.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi sales marketing dalam mencapai target di Bank BRI Syariah KCP Kayutangi dan kendala yang dihadapi oleh sales marketing dalam mencapai target di Bank BRI Syariah KCP Kayutangi.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan dua jenis data yang diperoleh, yaitu data tentang strategi sales marketing dalam mencapai target di Bank BRI Syariah KCP Kayutangi dan data tentang kendala yang dihadapi oleh sales marketing. Dalam pengambilan data, penulis menggunakan teknik *Interview* (wawancara) dan dokumentasi. Adapun teknik pengolahan data yang dipakai adalah teknik editing data, kategorisasi data, *interpretasi* dan *concluding* dan data tersebut di analisis dengan analisis *kualitatif* dan data yang terkumpul disajikan dalam bentuk uraian-uraian secara deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa strategi yang digunakan sales marketing dalam upaya pencapaian target ada beberapa strategi, yaitu *canvassing*, *refrensi*, *komunitas*, *tapping* dan *marketing mix*. Kendala yang dihadapi sales marketing terbagi menjadi dua faktor yakni faktor internal yaitu diri sendiri/SDM, dan faktor eksternal yaitu persaingan pasar yang memiliki produk yang sama dengan margin yang lebih rendah, serta bank pesaing yang mengadakan diskon besar-besaran, dan pembiayaan KUR yang memiliki margin lebih. Cara sales marketing dalam menghadapi kendala yaitu, faktor internal berasal dari diri sendiri maka perlu memotivasi diri, mempunyai mental yang kuat, serta mempunyai kemauan agar mencapai target. Sedangkan pada faktor eksternal yaitu memberikan pelayanan yang baik, margin yang dapat bersaing, mempunyai keunggulan dalam produk yang ditawarkan, menjaga kualitas, dan melakukan pendekatan-pendekatan dengan baik.