

## ABSTRAK

**Maisyurah.**2021. *Strategi Pemasaran Produk Mulia dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Murjani Banjarbaru*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I). H. Badrian, M.Ag. (II). Patimatu Zahra, S.Ag, M.Si

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Produk Mulia

Penelitian ini di latarbelakangi perlunya cara-cara yang strategis untuk memasarkan sebuah produk dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Murjani Banjarbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Murjani Banjarbaru dalam melakukan strategi pemasaran Produk Mulia di Kota Banjarbaru.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pimpinan dan karyawan Pegadaian Syariah UPS Murjani Banjarbaru dan objeknya adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Murjani Banjarbaru.

Berdasarkan data dan analisis SWOT disimpulkan: *Pertama*, Strategi Pemasaran Produk Mulia Pegadaian Syariah memiliki kekuatan seperti pembelian bisa secara tunai ataupun angsuran, resmi dari PT. Antam Tbk, mudah diuangkan, tarif kompetitif dan prosesnya sederhana. Kelemahannya nasabah yang kurang mengetahui produk ini dan masih ragu-ragu membeli. Peluangnya produknya bisa digunakan semua masyarakat. Ancamannya persaingan dengan instansi/lembaga keuangan lain. *Kedua*, Berdasarkan analisis *SWOT*, pengembangan strategi pemasaran produk Mulia yang bisa dilakukan oleh Pegadaian Syariah UPS Murjani Banjarbaru adalah memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.