

## ABSTRAK

**Dede Irwanto.** 2023. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pembiayaan Mitraguna Berkah (Studi kasus PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka)*. Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dra. Hj. Faridah, MHI.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Pembiayaan Mitraguna Berkah, SWOT.

Penelitian ini bertolak dari permasalahan pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dalam memasarkan pembiayaan Mitraguna Berkah yang belum mencapai target pemasaran yang ingin dicapai. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka dalam meningkatkan pembiayaan Mitraguna Berkah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field reseach*) dengan pendekatan kualitatif, yakni penelitian dilakukan dengan turun langsung ke lapangan atau lokasi fenomena yang terjadi melalui wawancara dan dokumentasi. Hasilnya kemudian diolah melalui analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian ini terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan pembiayaan Mitraguna Berkah menghasilkan temuan-temuan: *Pertama:* strategi pemasaran pembiayaan Mitraguna Berkah di PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Banjarmasin Pasar Cempaka menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi empat variabel, yakni produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). *Kedua:* Hasil identifikasi faktor-faktor strategis tersebut menunjukkan kondisi perusahaan terletak pada kuadran I yang mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif. Adapun alternatif strategi yang bisa dilakukan dengan strategi SO, yakni memanfaatkan seluruh kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan dalam memasarkan produk pembiayaan Mitraguna Berkah.