

## ABSTRAK

**Nor Mulyana.** 2022. *Strategi Pemasaran Jemput Bola Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Pembiayaan KPR Bersubsidi Pada BTN Syariah Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Patimatu Jahra, S.Ag, M.Si.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Jemput Bola, Pembiayaan KPR.

Strategi pemasaran dilakukan oleh pihak bank syariah bertujuan untuk mengenalkan produk kepada masyarakat atau calon nasabah dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa yang ditawarkan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk adalah strategi pemasaran jemput bola yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin.

Tujuan penelitian ini mengetahui strategi pemasaran jemput bola yang dilakukan oleh BTN Syariah Banjarmasin dalam meningkatkan minat nasabah terhadap pembiayaan KPR Bersubsidi dan kendala yang dihadapi.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian adalah karyawan bagian pemasaran. Metode pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian: *Pertama*, strategi pemasaran jemput bola pada produk KPR Syariah Bersubsidi adalah membuat acara atau event BTN Expo setiap tahun, mengunjungi lembaga/instansi pemerintahan, mengikuti acara atau event lain, melakukan sistem *door to door* dengan developer perumahan, memberikan promosi dan mengunjungi developer perumahan baru. *Kedua*, kendala strategi pemasaran jemput bola adalah cuaca, acara atau event kurang menarik, karyawan harus memiliki tenaga lebih, nasabah masih belum paham terhadap produk KPR Syariah, nasabah yang memaksa untuk mendapatkan KPR Syariah Subsidi, risiko menerima uang palsu dan developer perumahan tidak jujur atau nakal.