

ABSTRAK

Sri Rahmah. 2024. *Strategi Pemasaran pada Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR IB Hijrah) di Bank Muamalat Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Atika Zahra Maulida SHI., MSI

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, KPR IB Hijrah, Analisis SWOT

Penelitian ini didasari oleh strategi pemasaran produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) IB Hijrah di Bank Muamalat Banjarmasin selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi dalam pengajuan KPR, dengan puncak tertinggi pada tahun 2020 dan penurunan signifikan setelahnya, dan dampak pandemi COVID-19. Selain itu, pada tahun 2019, bank mengalami periode vakum dalam penawaran KPR karena produk yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.

Penelitian ini menggunakan metode *field research* dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek penelitian ini adalah pihak Bank Muamalat Banjarmasin yakni *Branch Manager* Bank Muamalat Banjarmasin. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis SWOT kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan Bank Muamalat Banjarmasin menerapkan strategi pemasaran yang fokus pada kebutuhan konsumen, harga kompetitif, lokasi strategis, dan promosi terarah. Meski berhasil menarik nasabah baru dan memperkuat hubungan dengan yang sudah ada, penerapan strategi pemasaran KPR IB Hijrah belum mencapai target 100% dari kantor pusat. Untuk mencapai target ini, bank perlu memperkuat *list building* dan komunikasi efektif.