

## ABSTRAK

**Meida Lestari.** 2016. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru)*. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Hj. Gusti Muzainah, SH., MH. (II) Rahman Helmi, S.Ag., MSI.

**Kata Kunci:** Strategi, Pemasaran, Pembiayaan Multiguna Purna.

Penelitian ini bertolak dari kebutuhan masyarakat terhadap barang konsumen seperti barang pribadi atau barang rumah tangga, maka PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru mengembangkan produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna yang mengkhususkan bagi para pensiunan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna, apa saja faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna, dan alternatif strategi pemasaran apa saja yang tepat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Banjarbaru dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yang bersifat deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan kemudian hasil tersebut dapat diringkas berupa simpulan.

Penelitian ini menghasilkan temuan-temuan yaitu strategi pemasaran produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna. Kemudian mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi produk Pembiayaan Kepemilikan Multiguna Purna melalui analisis lingkungan pemasaran makro yang terdiri dari demografis, perekonomian, sosial budaya, politik dan teknologi. Sedangkan analisis lingkungan mikro terdiri dari bagian internal perusahaan, pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, dan publik. Untuk alternatif strategi pemasaran yang tepat bagi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Banjarbaru diketahui menganalisis dengan *Matriks* SWOT.