

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro Dalam Menarik Calon Nasabah Baru Pada Produk Pembiayaan Mikro”. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: Bagaimana strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro, dan apa saja kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro, dan untuk mengetahui apa saja kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam menarik calon nasabah baru pada produk pembiayaan mikro.

Teknik penulisan data yang digunakan skripsi ini adalah teknik deskriptif analisis dengan pola pikir induktif. Teknik deskriptif analisis digunakan untuk menggambarkan dengan jelas tentang strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro dalam memasarkan produk pembiayaan kepada calon nasabah baru menggunakan bauran pemasaran yaitu; *product, price, place, dan promotion*, dengan menggunakan bauran pemasaran, jumlah nasabah pembiayaan mikro PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro kurang lebih 780 nasabah pembiayaan mikro. Selain itu juga, kendala-kendala yang dihadapi sangat banyak yaitu; PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro yang masih baru, kurangnya sumber daya manusia, pengetahuan masyarakat masih minim tentang PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro

Sejalan dengan kesimpulan di atas, maka kepada pemegang kebijakan dalam memasarkan produk pembiayaan mikro disarankan: hendaknya PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro semakin aktif dalam bidang pemasaran, hal ini dikarenakan banyak masyarakat luas yang belum mengetahui tentang sistem perbankan syariah serta produk-produknya, terutama produk pembiayaan mikro serta menambah jumlah tenaga kerja baru.