

ABSTRACT

FINANCING MARKETING STRATEGY AT PT. BANK JABAR BANTEN

SYARIAH KCP. SINGAPARNA

BY:

NURUL FADILA

NPM. 203404106

Guidance:

Guidance I : Wilman San Marino, S.E.,M.M.

Guidance II : Agi Rosyadi, S.E.,M.M.

The purpose of doing this research is to find out the financing marketing strategy at PT. Bank Jabar Banten Syariah Singaparna Sub-Branch Office. To support this final project research, accurate data is needed, the type of data used is descriptive qualitative. The data in this study were obtained through in-depth interviews and participatory observation and referred to relevant literature data searches. From the results of the research that has been done, the results show that the financing marketing strategy carried out by Bank Jabar Banten Syariah KCP Singaparna uses 7p marketing mix consisting of product, price, promotion, people, place, physical evidence and process. The obstacles faced include the lack of promotion from the company for financing products. The solution to these obstacles is to provide better and more interesting support on an ongoing basis in order to better educate all members of the community.

Keywords: *marketing strategy, financing*

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN PADA PT. BANK JABAR BANTEN SYARIAH KCP. SINGAPARNA

Oleh:

NURUL FADILA

NPM. 203404106

Pembimbing I : Wilman San Marino, S.E.,M.M.

Pembimbing II : Agi Rosyadi, S.E.,M.M.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan pada PT. Bank Jabar Banten Syariah Kantor Cabang Pembantu Singaparna. Untuk menunjang penelitian tugas akhir ini dibutuhkan data yang akurat, jenis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipasi serta merujuk pada data penelusuran literatur yang relevan. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa strategi pemasaran pembiayaan yang dilakukan Bank Jabar Banten Syariah KCP Singaparna menggunakan bauran pemasaran 7p yang terdiri dari produk, harga, promosi, orang, tempat, tampilan fisik dan proses. Hambatan yang dihadapi diantaranya Kurangnya promosi dari pihak perusahaan terhadap produk pembiayaan. Adapun solusi dari hambatan tersebut dengan Memberikan promosi yang lebih baik dan lebih menarik secara terus menerus agar dapat lebih mengedukasi seluruh warga masyarakat.

Kata kunci: strategi pemasaran, pembiayaan