

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Implementasi Strategi *Pricing* Dan Strategi Promosi *Account Officer Mikro* Dalam Meningkatkan Pembiayaan Mikro IB Pada Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center”** ini ditulis oleh Riska Halilinikmah, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam NIM. 12401173170 dengan Dosen Pembimbing Bapak Ariesta Bagus Pramuwibowo, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh keingintahuan peneliti mengenai implementasi strategi *pricing* dan strategi promosi *account officer mikro* dalam meningkatkan pembiayaan mikro IB. Sehingga hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan evaluasi bagi *account officer mikro* dalam menerapkan strategi *pricing* dan strategi promosi dalam kegiatan pembiayaan.

Rumusan masalah dari penelitian ini : (1) Bagaimana strategi *pricing* yang dilakukan *account officer mikro* dalam meningkatkan pembiayaan mikro IB pada Bank Syariah Indonesia Trade Center Tulungagung? (2) Bagaimana strategi promosi yang dilakukan *account officer mikro* dalam meningkatkan pembiayaan mikro IB pada Bank Syariah Indonesia *Trade Center* Tulungagung?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi *pricing* dan strategi promosi *account officer mikro* dalam meningkatkan pembiayaan mikro Ib., Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis adalah analisis deskriptif. Dalam proses pengambilan data dengan cara wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang kemudian data diolah dengan direduksi (merangkum), didisplay (disajikan) dan ditarik kesimpulan dan verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa penerapan strategi *pricing* dan strategi promosi dalam pembiayaan mikro IB dikatakan berhasil. Karena di dukung dengan adanya penetapan harga yang tetap, sedangkan strategi promosi menggunakan berbagai macam alat seperti periklanan, door to door, media social, mulut kemulut dan serbu brosur. Dan promosi yang dinilai paling efektif untuk meningkatkan produk pembiayaan mikro yaitu promosi menggunakan media sosial dan mulut ke mulut

Kata Kunci : *Account Officer Mikro*, Pembiayaan Mikro IB, Strategi *Pricing*, Strategi Promosi

ABSTRACT

The thesis titled " Implementation of Pricing Strategy and Micro Account Officer Promotion Strategy in Increasing IB Micro Financing at Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center" was written by Riska Halilinikmah, Department of Sharia Banking, Faculty of Economics and Islamic Business NIM. 12401173170 with Supervisory Lecturer Mr. Ariesta Bagus Pramuwibowo, M.Pd.

This research is motivated by researchers' curiosity about Implementation of Pricing Strategy and Micro Account Officer Promotion Strategy in Increasing IB Micro Financing. So that the results of this study can be an evaluation material for micro account officers in implementing pricing strategies and promotional strategies in financing activities.

Problem formulation of this study: (1) How is the pricing strategy conducted by micro account officers in improving IB micro financing at Bank Syariah Indonesia Trade Center Tulungagung? (2) What is the promotion strategy of micro account officer in improving IB micro financing at Bank Syariah Indonesia Trade Center Tulungagung?. The purpose of this study is to find out the role of micro account officer in terms of pricing strategy and promotional strategy in improving ib microfinance,. This research method uses qualitative approach and analysis method is descriptive analysis. In the process of retrieving data by means of interviews, and documentation. While the data used is primary data and secondary data which is then processed by reduced (summarize), didisplay (presented) and drawn conclusions and verification.

Based on the results of the research, shows that the application of pricing strategies and promotional strategies in microfinance IB is said to be successful. Because it is supported by a fixed pricing, while the promotional strategy uses a variety of tools such as advertising, door to door, social media, mouth to mouth and attack brochures. And the promotions that are considered the most effective to improve microfinance products are promotions using social media and word of mouth.

Keywords : Micro Account Officer, IB MicroFinance, Pricing Strategy, Promotion Strategy