

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Gadai Emas di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik” ini ditulis Nur Ahmad Muzanni, Nim 1741143265, 2018. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing: Dr. Hj. Nur Aini Latifah. S.E.,M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi tumbuh dan berkembangnya lembaga keuangan syariah maupun konvensional mengakibatkan munculnya persaingan yang ketat sehingga setiap bank akan menggunakan strateginya masing-masing untuk menarik minat calon nasabah agar menggunakan produk yang dilayani dan juga mempertahankan nasabah yang sudah lama. Salah satu strategi yang digunakan yakni strategi bauran pemasaran (4P), yang meliputi penentuan produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan Promosi (*promotion*). Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian terkait analisis strategi bauran pemasaran (4P) dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas di BPRS mandiri Mitra Sukses Gresik.

Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini yaitu: (1) Bagaimanakah strategi bauran pemasaran (4P) dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik? (2) Bagaimanakah peranan bauran pemasaran (4P) dalam pemasaran produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik? Adapun yang menjadi tujuan pentian ini yaitu untuk mendeskripsikan strategi bauran pemasaran (4P) dan perannya dalam meningkatkan volume penjualan produk gadai emas di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, lokasi penelitiannya di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, sumber data penelitian ini yaitu data primer dan sekunder, metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun data yang terkumpul di analisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan

Hasil penelitian ini adalah: Produk gadai emas merupakan salah satu produk yang di layani BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yang sangat banyak di minati oleh masyarakat. Dalam mempromosikan produk ini BPRS Mitra menggunakan strategi pemasaran melalui media elektronik dan media cetak serta melakukan program grebeg pasar yang didalamnya terdapat kegiatan cuci emas gratis bagi masyarakat. Segala strategi yang digunakan itu bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan produk gadai emas.

Kata kunci: *Produk, Harga, Tempat, Promosi*

ABSTRACT

The research under with the title "Marketing Mix Strategy Analysis (4P) in Increasing the Sales Volume of Gold Pawn Products in Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri Mitra Sukses Gresik" was written by Nur Ahmad Muzanni, Nim 1741143265, 2018. Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung Advisor: Dr. Hj. Nur Aini Latifah. S.E., M.M.

Of this research is based on the growth and development of sharia and conventional financial institutions resulted in the emergence of intense competition so that each bank will use their respective strategies to attract the potential customers to use the products offered and also maintain long-standing customers. One of strategies used is the marketing mix strategy analysis (4P), which includes determination of the product, price, place, and promotion. Therefore, the researcher conducts research related to the marketing mix strategy analysis (4P) in increasing sales volume of gold pawn products in BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Focus of this research are: (1) How is the marketing mix strategy (4P) in increasing sales volume of gold pawn products at BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik? (2) How is the role of marketing mix (4P) in marketing gold pawn products at BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik? As for the purpose of this research is to describe the marketing mix strategy (4P) and its role in increasing sales volume of gold pawn products at BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

This research used qualitative approach, location of this research in BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, data sources of this research are primary and secondary data, data collection method used observation, interview and documentation. The data collected in the analysis through the data reduction stage, data presentation, drawing conclusions.

The results of this research are: Gold pawn product is one of the products offered by BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik which is interested by the society. In promoting this product BPRS Mitra uses the marketing strategy through electronic media and print media as well as conducting a market *grebeg* program in which there are free gold washing activities for the society. All strategies used to increase the sales volume of gold pawn products.

Keywords: *Product, Price, Place, Promotion*