

Abstrak

STRATEGI PEMASARAN DI BPRS BANGUN DRAJAD WARGA KOTA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PEMBIAYAAN

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi PT. BPRS Bangun Drajad Warga, yang dimana strategi tersebut menjadi ujung tombak dalam melakukan sebuah pemasaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dengan analisis data menggunakan triangulasi. Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder. Hasil penelitian yaitu PT. BPRS Bangun Drajad Warga dalam memasarkan produk pembiayaannya lebih terfokus kepada Amal Usaha Muhammadiyah, strategi di PT.BPRS ini sudah mencakup 4P antara lain Product, Price, placement dan Promotion. Dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan, PT. BPRS Bangun Drajad Warga melakukan peningkatan pada kualitas pelayanan, melakukan promosi melalui media sosial maupun sosialisasi dan menurunkan harga jual, akan tetapi pada kenyataannya memang terdapat beberapa kendala yang dialami oleh BPRS Bangun Drajad Warga antara lain rendahnya pengetahuan masyarakat akan produk syariah yang ditawarkan, banyaknya lembaga keuangan konvensional yang lebih dikenal oleh masyarakat dan belum maksimalnya media promosi yang digunakan.

Kata kunci : BPRS BangunDrajadWarga, StrategiPemasaran, Pembiayaan,4P

Abstract

**MARKETING STRATEGY AT PT. BPRS BANGUN DRAJAD WARGA
IN ORDER TO IMPROVE THE NUMBER OF FINANCING CUSTOMERS**

Marketing strategy is essential for PT. BPRS Bangun Drajad Warga, where the strategy is the spearhead of marketing. This is a qualitative research using triangulation analysis technique. There were primary and secondary data. The research result shows that in marketing its product, PT. BPRS Bangun Drajad Warga's financing focuses more on the Muhammadiyah Business Charit. PT. BPRS Bangun Drajad Warga's strategy has covered 4Ps, and they are Product, Price, Placement, and Promotion. In order to increase the number of financing customers, PT. BPRS Bangun Drajad Warga improve its service quality, doing promotion through social media and socialization as well as lowering the price. However, in reality, there are some obstacles faced by PT. BPRS Bangun Drajad Warga such as the society's lack of knowledge about the offered shari'a products, many conventional financial institutions are more well-known and the ineffective use of promotion media.

Keywords: PT. BPRS Bangun Drajad Warga, Marketing Strategy, Financing, 4P