

ABSTRAK

Analisis Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Griya Maburr Di BSI KCP Bangkalan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Griya Maburr pada Lembaga perbankan syariah. Pemasaran yang diterapkan berdasarkan pada nilai-nilai syariah sebagai pondasi moral dan spiritual dalam meningkatkan kinerja yang professional dan berintegritas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis minat nasabah terhadap produk Griya Maburr dan Strategi bauran pemasaran 7P dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Griya Maburr di BSI KCP Bangkalan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Teknik Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, dengan informan yang terdiri dari MRMTL (*Mikro Relationship Manager Team*), CBRM (*Consumer Banking Relationship Manager*), serta nasabah Produk Griya Maburr. Adapun sumber data primer diperoleh melalui hasil wawancara dengan karyawan dan nasabah Griya Maburr BSI KCP Bangkalan. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui bahan bacaan seperti buku, jurnal, skripsi yang berkaitan dengan bauran pemasaran 7P serta website terkait data Bank Syariah Indonesia. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Minat nasabah mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. yang menunjukkan bahwa produk ini semakin diminati masyarakat, berdasarkan beberapa indikator minat yaitu ketertarikan nasabah terhadap produk Griya Maburr, perasaan senang nasabah dilayani dengan baik, perhatian nasabah terhadap prosedurnya, dan keterlibatan nasabah terhadap proses pembiayaannya. khususnya bagi masyarakat Bangkalan yang ingin memiliki rumah dengan sistem pembiayaan berbasis syariah tanpa riba. strategi Bauran pemasaran yang sudah diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Bangkalan dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Griya Maburr dengan menggunakan bauran pemasaran 7P diantaranya Keunggulan dari produk, cicilan harga tetap, tempat lokasi yang strategis, promosi melalui brosur dan sosial media, pelayanan yang ramah, proses yang mudah, dan lingkungan fisik yang nyaman.

Kata Kunci: Minat Nasabah, Bauran Pemasaran 7P, Produk Griya Maburr, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Analysis of the 7P Marketing Mix Strategy in Increasing Customer Interest in Griya Mabrur Products at BSI KCP Bangkalan

This research is based on the implementation of the 7P marketing mix strategy in increasing customer interest in Griya Mabrur products in Islamic banking institutions. Marketing is applied based on sharia values as a moral and spiritual foundation in improving professional performance and integrity. This study aims to analyze customer interest in Griya Mabrur products and the 7P marketing mix strategy in increasing customer interest in Griya Mabrur products at BSI KCP Bangkalan.

method used is qualitative descriptive with the type of field research. Data collection techniques were carried out through semi-structured interviews, and documentation, with informants consisting of MRMTL (Micro Relationship Manager Team), CBRM (Consumer Banking Relationship Manager), and customers as sources of data triangulation. The primary data source was obtained through interviews with BSI KCP Bangkalan employees and customers. Meanwhile, secondary data is obtained through reading materials such as books, journals, theses related to the 7P marketing mix and websites related to Bank Syariah Indonesia data. Data analysis is carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawn.

The results of this study can be concluded that customer interest has increased from year to year. which shows that this product is increasingly in demand by the public, based on several interest indicators, namely customer interest in Griya Mabrur products, customers' satisfaction with being served well, customer attention to the procedure, and customer involvement in the financing process. especially for the people of Bangkalan who want to own a house with a sharia-based financing system without usury. The marketing mix strategy that has been implemented by Bank Syariah Indonesia KCP Bangkalan in increasing customer interest in Griya Mabrur products by using the 7P marketing mix includes Advantages of the product, fixed price installments, strategic location, promotion through brochures and social media, friendly service, easy process, and comfortable physical environment.