

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN KREDIT USAHA
RAKYAT (KUR) DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH (BRIS) KCP
MOJOSARI**

(STUDI KASUS *FORCE MAJEURE* PANDEMI COVID-19)

SKRIPSI

Oleh:

WARDA ADITYA AZIZAH

20171700231031

Pembimbing I:

Ahmad Mukhlisuddin, S.E.I, M.E.

2019.01.139

Nurul Azizah Ria Kusrini, M.Pd.

2115128502



PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2021

ABSTRAK

Aditya Azizah, Warda, 2021, Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Di Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) KCP Mojokerto (Studi Kasus *Force Majeure* Pandemi Covid-19), Skripsi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim (IKHAC), Pembimbing: 1. Ahmad Mukhlisuddin, S.E.I, M.E, 2. Nurul Azizah Ria Kusriani, M.Pd.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan KUR, *Force Majeure*.

Pandemi covid-19 memberikan dampak keseluruhan sektor, pekerja sektor informal seperti para pedagang dan lain-lain harus menghentikan kegiatan yang mengakibatkan penurunan hingga ketiadaan pendapatan. Tren pinjaman online terus naik karena kemudahan dalam mengakses dan pencairan dana. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi pemasaran dan metode promosi yang digunakan oleh bank BRIS KCP Mojokerto khususnya dimasa pandemi covid-19. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yakni menggambarkan dan menguraikan data-data yang telah terkumpul. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada *branch manager* dan *team leader* BRIS KCP Mojokerto. Dan dokumentasi berupa data yang mendukung penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemasaran yang diterapkan dimasa pandemi oleh BRIS KCP Mojokerto yakni analisis memilih sasaran pasar yang terdiri dari segmentasi, target, dan posisi. Pihak bank memasarkan produk dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Pihak BRIS KCP Mojokerto juga menerapkan omnichannel yaitu menggabungkan sarana promosi dan pembelian produk secara online dan offline.