

ABSTRAK

Mustabsiroh (Nim 212078) angkatan 2012 dengan judul Analisis Strategi pemasaran Prduk *Rahn* Dalam Upaya Menarik Minat Calon Nasabah Pada BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati Penelitian ini di bertujuan untuk mengetahui

Strategi pemasaran produk *rahn* di BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati. dan strategi pemasaran produk *rahn* dalam upaya menarik minat nasabah di tinjau dari perspektif teori Philip Kotler di BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati.

Metode pembahasan dalam pembuatan skripsi ini adalah menggabungkan antara dua metode: pertama, *library reseach* atau kajian kepustakaan, dan yang kedua, *field research* atau kajian lapangan. Untuk kajian kepustakaan dipakai ketika membahas tentang topik Strategi Pemasaran Produk *Rahn* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah. Dalam pembahasan yang mengacu pada kajian kepustakaan, penulis mengakses pada referensi yang berkenaan dengan topik di atas, baik itu berasal dari buku-buku, makalah, artikel, jurnal penelitian ataupun internet. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan, dan selesai dilapangan. Namun dalam penelitian kualitatif analisis data lebih difokuskan selama proses dilapangan bersama dengan pengumpulan data.

Berdasarkan analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan adanya strategi pemasaran produk *rahn* dalam upaya menarik minat nasabah di tinjau dari perspektif teori Philip Kotler pada BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati dapat melakukan *positioning* dan *diferensiasi*, selain itu juga memperhatikan adanya faktor pasar, produk, harga jual dan promosi. Terutama dalam harga jual kami memperhatikan adanya barang yang mau digadaikan (di-*rahn*-kan) adalah melihat ketentuan-ketentuan yang telah ada sesuai jenis barang gadainya. Untuk pemasaran kami lakukan dipasar-pasar, didesa-desa, diperumahan dan lain sebagainya dengan sistem jemput bola, mengenai produk sendiri strategi yang digunakan adalah mengikuti keinginan dari pasar yang menginginkan seperti apa, sehingga akan mudah memberikan pelayanan pada nasabah untuk melakukan kerja sama dengan baik. Sehingga untuk promosi, dilakukan melalui, brosur, radio, sependuk, pamflet dan lain sebagainya. Sehingga ini bisa dikatakan bahwa strategi yang digunakan BPR Syariah Artha Mas Abadi pati sudah dilakukan secara syariah ini terlihat dari caranya menawarkan produk pada nasabah, sistem jemput bola dan juga dilakukan dengan akad-akad sesuai syariah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Rahn*.