

ABSTRAK

In Wulan Liya Nikmatul Maula, 1720510006, Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penerapan 5c Pada Proses Pelaksanaan Pembiayaan Murabahah Dalam Upaya Meraih Competitive Advantage (Studi Kasus Di Kspps Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak)

Strategi pemasaran merupakan sebuah taktik yang dilakukan perusahaan dalam menentukan sasaran, maksud dan tujuan yang akan menjadi target. Strategi pemasaran yang dilakukan tiap lembaga keuangan berbeda, begitu pula dengan proses penerapan 5C dalam pembiayaan murabahah dalam upaya meraih competitive advantage. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dimana data diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, dan nantinya data tersebut akan dianalisis secara deskriptif oleh peneliti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak beserta implementasi 5C KSPPS tersebut dalam pelaksanaan pembiayaan murabahah yang dikaitkan dengan competitive advantage. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS yaitu dengan menerapkan strategi *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning*. Divisi marketing akan melakukan pemasaran produk dengan cara pembagian brosur dan *mini marketing* ke calon anggota pembiayaan, dan melakukan kegiatan e-marketing melalui media online untuk mencapai target pemasarannya.

Penerapan 5C terhadap pembiayaan murabahah KSPPS tersebut sudah terlaksana baik, dimana sebelum melakukan realisasi pembiayaan murabahah, pihak KSPPS dengan mempertimbangkan karakter/sifat anggota, modal yang dimiliki oleh anggota, kemampuan bayar anggota yang dilihat dari slip gaji/pendapatan anggota, jaminan yang diagunkan oleh anggota beserta melakukan penilaian terhadap kondisi ekonomi dengan melihat situasi sosial dan kebijakan pemerintah terhadap usaha yang dijalankan calon anggota. Dengan penerapan konsep marketing dan analisis pembiayaan murabahah yang tergolong baik, KSPPS Yaummi Maziyah Assa'adah Cabang Demak terbukti dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Penerapan 5C, Pembiayaan Murabahah, Competitive Advantage*