

PELAKSANAAN PEMASARAN PEMBIAYAAN CICILAN EMAS PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG CINERE

Oleh :

Maulana Yulristha Cabesthany

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini membahas "Pelaksanaan Pemasaran Cicilan Emas pada Bank Muamalat Cabang Cinere". Penelitian ini menganalisis efektivitas pemasaran produk cicilan emas syariah, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat, serta merekomendasikan strategi yang lebih efektif. Produk ini menawarkan investasi emas yang aman, terjangkau, dan transparan dengan pendekatan bauran pemasaran 7P.

Hasil studi menunjukkan keunggulan produk seperti margin rendah, uang muka 0%, tenor hingga 10 tahun, dan edukasi diversifikasi aset meningkatkan kepercayaan. Strategi promosi yang edukatif dan aktif (digital dan sosialisasi langsung) berhasil menarik minat nasabah. Namun, kendala utama adalah kurangnya pemahaman masyarakat dan persaingan pasar.

Rekomendasinya meliputi peningkatan edukasi, optimalisasi layanan digital, dan pengembangan kerja sama strategis untuk pemasaran yang lebih efektif dan peningkatan daya saing. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan strategi pemasaran produk perbankan syariah berbasis emas dan menjadi referensi bagi institusi sejenis.

Kata kunci: strategi pemasaran, cicilan emas, bank syariah, bauran pemasaran 7P, efisiensi pemasaran, edukasi masyarakat.

IMPLEMENTATION OF GOLD INSTALLMENT FINANCING MARKETING AT BANK MUAMALAT CINERE BRANCH OFFICE

By:

Maulana Yulristha Cabesthany

ABSTRACT

This final project report discusses the "Implementation of Gold Installment Marketing at Bank Muamalat Cinere Branch." This research analyzes the effectiveness of marketing Sharia-compliant gold installment products, identifies supporting and inhibiting factors, and recommends more effective strategies. The product offers safe, affordable, and transparent gold investment using a 7P marketing mix approach.

The study findings highlight key product advantages such as low margins, 0% down payment, tenors up to 10 years, and education on asset diversification, all contributing to increased public trust. Educational and active promotional strategies (both digital and direct socialization) successfully attracted customer interest. However, the main challenges identified were a lack of public understanding of the product's benefits and market competition.

Recommendations include enhancing education, optimizing digital services, and fostering strategic collaborations for more effective marketing and improved competitiveness. This research contributes to developing marketing strategies for Sharia-based gold banking products and serves as a valuable reference for similar institutions.

Keywords: *marketing strategy, gold installment, Sharia bank, 7P marketing mix, marketing efficiency, public education.*