

INTISARI

Saat ini perkembangan bank syariah mengalami peningkatan maka beberapa tahun ke depan kondisi tersebut akan berubah sehingga Bank Syariah dapat berdiri setara dengan bank konvensional bahkan melebihi. Hal tersebut menyebabkan kompetisi perbankan makin tinggi, termasuk produk syariah. Dengan demikian, sebuah bank harus melakukan berbagai upaya pembaharuan yang tidak kenal henti. Dari konsep penyediaan produk yang saling mengungguli dan saling berusaha untuk lebih baik akan menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Untuk itu perlu strategi pemasaran jitu dalam memasarkan bank syariah kepada masyarakat. Oleh sebab itu penulis membahas mengenai strategi pemasaran pada PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan dan hasilnya dituangkan dalam Tugas Akhir dengan judul “ **SUATU TINJAUAN PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. BPR SYARIAH HARTA INSAN KARIMAH (HIK) PARAHYANGAN**”.

Seperti yang telah diketahui, strategi pemasaran adalah cara pandang perusahaan dalam menjabarkan seluruh tujuan-tujuan yang telah ditetapkan untuk memenangkan pangsa pasarnya.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir dilaksanakan di PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan Bandung. Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan, untuk mengetahui apa saja hambatan dalam pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan, serta untuk mengetahui bagaimana solusi dalam mengatasi hambatan strategi pemasaran pada PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan.

Metode yang digunakan penulis adalah metode deskriptif, dan cara yang digunakan untuk memperoleh data dalam pembuatan Tugas Akhir ini adalah melakukan dengan cara *field research* (Penelitian Lapangan) yang terdiri dari *observation* (Peninjauan/Pengamatan) dan *Interview* (Wawancara) dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Serta *library research* (Penelitian Kepustakaan).

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pelayanan purna jual yang dilakukan oleh PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan telah dilakukan dengan baik yaitu dengan cara selalu memperbaiki strategi pemasarannya ke arah yang lebih baik dengan memperhatikan faktor 7 P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Namun strategi pemasaran pada PT. BPR Syariah Harta Insan Karimah Parahyangan harus lebih ditingkatkan lagi dengan menggunakan metode-metode lain yang lebih *up to date* lagi demi perkembangan dan kemajuan perusahaan.