

## ABSTRAK

Santika, Yani, 2013. SKRIPSI. Judul : “ **Stategi Komunikasi Pemasaran Produk KPR iB Muamalat Dengan Akad Musyarakah ( Studi Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Malang )**”

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi M, Ag.

Kata Kunci : Periklanan, Personal Selling, Humas , Penjualan Langsung, Promosi dan Akad Musyarakah

---

---

Semakin ketatnya kompetisi diantara perusahaan menjadikan bidang pemasaran mendapat perhatian sangat serius para ahli. Betapa pun bagus nya sebuah produk, tanpa didukung pemasaran yang memadai, akan menjadi sia-sia. Kualitas sebuah produk memang menentukan daya tarik bagi konsumen, tetapi tanpa didukung model pemasaran yang memadai, akan sulit sampai ke tangan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Bank Muamalat dalam memasarkan produk KPR iB Muamalat kepada konsumen dengan akad musyarakah dan kelebihan dari akad musyarakah bagi nasabah dan bagi pihak perbankan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dimana variabel batasan masalah dari penelitian ini adalah strategi pemasaran ( *Periklanan, Personal Selling, Humas ,Penjualan Langsung, Promosi* ) yang dikaitkan dengan akad musyarakah pada perbankan.

Dalam memasarkan produk KPR iB Muamalat, Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang menggunakan sarana *public relation* yaitu dengan bekerja sama dengan beberapa *developer* diberbagai daerah di kota Malang, kerjasama ini didasari perjanjian dimana dalam perjanjian tersebut pihak developer menerima *fee* ( komisi ) sebesar 0.5% dari total dana pinjaman nasabah kepada pihak perbankan. Sedangkan keuntungan yang dari pembiayaan KPR iB Muamalat dengan menggunakan akad musyarakah adalah tidak terpengaruh fluktuasi bunga pasar seperti halnya pada bank konvensional dan tak terpengaruh fluktuasi harga saat inflasi.