

## ABSTRAK

**Ai Nur Balkis (1219220015)** : Analisis Peran *Marketing Mix* 4P Dalam Customer Interest Pembiayaan Pensiun (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kcp Sumedang Tanjungsari) 2.

Perbankan syariah di Indonesia terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip keuangan yang sesuai dengan syariah. Salah satu produk yang semakin diminati adalah pembiayaan pensiun, yang menawarkan solusi finansial bagi nasabah dalam mempersiapkan masa tua. Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari 2 berperan penting dalam memberikan layanan ini, namun tidak sedikit tantangan yang harus dihadapi dalam meningkatkan *customer interest* (minat nasabah) untuk pengambil pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Marketing Mix* 4P yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi/distribusi), dan *promotion* (promosi) dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Sumedang Tanjungsari 2. Penelitian ini berfokus pada bagaimana implementasi masing-masing elemen *marketing mix* dapat memengaruhi keputusan calon nasabah untuk memilih produk pembiayaan pensiun berbasis syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena sesuai untuk menggali pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti, dalam hal ini adalah peran *marketing mix* 4P dalam *customer interest* pembiayaan pensiun di Bank Syariah Indonesia KCP Sumedang Tanjungsari 2.

Penelitian ini menunjukkan bahwa keempat elemen bauran pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi telah diterapkan secara sinergis, dengan elemen produk sebagai faktor paling dominan karena kesesuaiannya dengan kebutuhan finansial dan spiritual nasabah. Produk unggulan berbasis akad syariah serta fitur inovatif seperti program pra-pensiun dan fasilitas asuransi menjadi nilai tambah utama.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1). *Marketing Mix* 4p dijalankan secara terpadu oleh BSI KCP Sumedang Tanjungsari 2. 2). Aspek produk menjadi elemen yang paling berpengaruh dalam menarik minat nasabah. Hal ini didorong oleh keunikan produk berbasis prinsip syariah dan fitur unggulan seperti pra pensiun serta kontribusi asuransi yang memberikan kemudahan dan rasa aman bagi nasabah. 3). Meskipun demikian, bank masih menghadapi beberapa tantangan. Oleh karena itu, disarankan agar BSI memperkuat edukasi digital, mengembangkan fitur inovatif, memperluas kolaborasi lintas sektor, meningkatkan kapasitas tim pemasaran, dan melakukan survei kepuasan nasabah secara berkala untuk menjaga relevansi dan daya saing produk di segmen pembiayaan pensiun.

**Kata Kunci** : *marketing mix 4p, customer interest, Pembiayaan Pensiun*