

## ABSTRAK

**Sri Wahyuni**, 2024. “Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Belopa”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institusi Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Zainuddin S, S., M.Ak.

Skripsi ini membahas tentang Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Belopa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat dan strategi peningkatan minat masyarakat menggunakan produk cicil emas di BSI KCP Belopa. Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu kualitatif dengan metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa (1) dari hasil kuesioner 66,7% generasi milenial berminat untuk menggunakan produk cicil emas di BSI dan 33,3% generasi milenial tidak berminat menggunakan produk cicil emas disebabkan karena kurangnya informasi yang didapatkan masyarakat terkait adanya fasilitas investasi emas yang disediakan oleh BSI KCP Belopa (2) strategi yang dapat dilakukan BSI KCP Belopa dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan produk cicil emas yaitu bekerjasama dengan mahasiswa perbankan dalam memberikan edukasi kepada masyarakat tentang produk-produk yang ada BSI, membuat akun resmi BSI KCP Belopa di media sosial dan aktif melakukan pemasaran di sosial media.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Cicil Emas, SWOT**