

## ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi strategi pengembangan pemasaran pada produk pembiayaan alat pertanian pada PT. ABC. Pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh secara langsung dari PT. ABC. Pengumpulan data dilakukan berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada manajemen perusahaan PT. ABC. Data sekunder dalam penelitian ini adalah seluruh data penjualan penyaluran kredit dari PT. ABC dalam kurun waktu sebelum dan sesudah penerapan strategi marketing development untuk pembiayaan alat pertanian. Sampel dalam penelitian ini adalah data penjualan penyaluran kredit alat pertanian dari tahun 2018 - 2019 yang digabungkan dengan data penjualan alat mesin pertanian dari merek X. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif induktif yaitu analisis yang didasarkan kepada data yang diperoleh. Teknik analisis menggunakan metode kealitatif yang melibatkan tiga fase kegiatan secara bersama-sama yaitu fase reduksi data, fase penyajian data, dan fase penyimpulan data. Hasil analisis data berdasarkan wawancara dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi pengembangan pemasaran pada produk pembiayaan alat pertanian pada PT. ABC dapat memberikan pengaruh dalam peningkatan penjualan produk dari pembiayaan alat mesin pertanian. Strategi pengembangan pemasaran produk pembiayaan yang telah diimplementasikan yaitu Point of Sales (POS) di dekat area penjualan, merekrut karyawan lokal yang memahami kondisi dan kebutuhan petani, menawarkan produk pembiayaan yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan petani, dan melakukan kegiatan promosi dan edukasi kepada petani.

**Kata Kunci:** Implementasi strategi, Strategi marketing, Produk pembiayaan alat pertanian..