

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung” ini ditulis oleh Novitasari, NIM 17401153198, pembimbing Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Penelitian ini di latar belakangi oleh semakin pesatnya perkembangan lembaga keuangan di Indonesia baik konvensional maupun syariah yang menjadikan tingkat persaingan semakin ketat dalam mencari nasabah (anggota). Dalam koperasi, anggota merupakan sumber modal maka dari itu untuk dapat mempertahankan eksistensi lembaga maka perlu adanya usaha untuk meningkatkan strategi pemasarannya dengan memperhatikan unsur bauran pemasaran. Setiap lembaga keuangan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif dan berbeda dari para pesaingnya dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah anggotanya. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung untuk meningkatkan jumlah anggotanya? (2) Apakah kendala dan solusi dalam menjalankan strategi pemasaran di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data meliputi metode *interview*, metode observasi dan dokumentasi. Adapun dalam menganalisis data peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, lalu penarikan kesimpulan. Sedangkan untuk pengecekan keabsahan temuan menggunakan 4 kriteria yaitu derajat kepercayaan, keteralihan, kebergantungan, dan kepastian.

Penelitian ini menghasilkan temuan berupa, (1) Strategi pemasaran yang diterapkan di BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung untuk meningkatkan jumlah anggotanya menggunakan strategi segmentasi pasar, anggaran pemasaran, penentuan waktu, dan bauran pemasaran 6P (*product, price, place, promotion, people* dan *process*). (2) Adapun kendala yang dihadapi dalam menjalankan strategi pemasaran diantaranya minimnya pengetahuan yang dimiliki masyarakat mengenai lembaga keuangan syariah, kesulitan meyakinkan masyarakat dan masyarakat mengajukan pembiayaan yang besar tidak sesuai kemampuannya, adanya pesaing, dan hasil strategi pemasaran yang belum maksimal. Untuk solusi yang digunakan dalam menghadapi kendala tersebut diantaranya memberikan penjelasan kepada masyarakat, menarik minat masyarakat, meningkatkan strategi pemasaran, memperluas jaringan pemasaran dengan memperbanyak promosi, dan pihak manajemen mengajak para pengusaha untuk membuat perjanjian di depan notaris.

Kata kunci : strategi pemasaran, meningkatkan jumlah anggota

ABSTRACT

A study entitled "Marketing Strategy in Increasing the Number of Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung BMT Members" was written by Novitasari, NIM 17401153198, under the advisor Dr. Hj. Chusnul Chotimah, M. Ag.

This research is in the background of the increasingly development of financial institutions in Indonesia both conventional and syariah, which makes the level of competition increasingly stringent in finding costumers (members). In cooperatives, members are a source of capital so that in order to maintain the existence of the institution it is necessary to have an effort to improve its marketing strategy by taking into account the elements of the marketing mix. Every financial institution must have an effective and different marketing strategy from its competitors with the aim of increasing the number of its member. The focus of this research in this paper is (1) How is the marketing strategy implemented by BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung to increase the members? (2) What are the obstacles and solutions in carrying out the marketing strategy at BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung?.

This study uses a qualitative approach using data collection techniques including interview methods, observation and documentation methods. As for analyzing data, researchers used data collection techniques, data reduction, data display, then making conclusions. While for checking the validity of the findings using 4 criteria, namely the credibility, transferability, dependability, and confirmability.

The result of this study are: (1) The marketing strategy applied in BMT Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung to increase the number of its members using market segmentation strategies, marketing budgets, timing, and 6P marketing mix (product, price, place, promotion, people and process). (2) The obstacles faced in carrying out the marketing strategy include the lack of public knowledge about sharia financial institutions, the difficulty of convincing the public and the community to propose large financing not according to their capabilities, the existence of competitors, and the results of the strategy marketing that has not been maximized. For solutions that are used in dealing with these obstacles, among others, provide an explanation to the community, attract public interest, improve marketing strategies, expand marketing networks by increasing promotions, and management invites entrepreneurs to make agreements before the notary.

Keywords: marketing strategy, increase the number of members