ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran pada Produk Simpanan *Mudharabah* di *Baitul Maal Wat Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro" ini ditulis oleh Mohamad Aziz Wahyudi, NIM 1741143397, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Nur Aziz Muslim,M.H.I

Penelitian ini dilatarbelakangi karena pertumbuhan ekonomi memerlukan suatu strategi yang tepat demi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengelolaan ekonomi terdapat lembaga keuangan yaitu BMT dimana lembaga berusaha mengembangkan usahanya dalam menarik nasabah pada produk tabungan simpanan dimasyarakat. Dengan pemasaran yang tepat dalam cara menarik masyarakat, mengatasi faktor-faktor yang menjadi kendala dalam menjalankan usaha, dan cara mengatasinya dengan tepat akan dapat menunjang keberhasilan dalam pertumbuhan ekonomi BMT UGT Sidogiri. Dengan rumusan masalah (1) Bagaimana strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro terhadap produk simpanan *mudharabah* pada tabungan umum syariah di masyarakat ? (2) Bagaimana kendala pemasaran yang dihadapi BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro ? (3) Bagaimana mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro produk simpanan *mudharabah* pada tabungan umum syariah yang dijalankan?. Dengan tujuan memperoh hasil yang maksimal dalam memasarkan produk simpanan *mudharabah.*

Jenis penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus, teknik analisisnya adalah data kualitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu melalui data primer dan data sekunder berupa: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk menarik minat nasabah melalui beberapa metode yang tepat, pendekatan pada masyarakat, dengan promosi, penentuan lokasi segmentasi pemasaran, pelayanan yang baik, dan dengan metode jemput bola pada nasabah. Dengan menggunakan metode tersebut dapat menjadi cara yang tepat untuk menambah daya tarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Dalam memasarkan produk harus selalu terus menerus dan pantang menyerah untuk mendapatkan nasabah.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Produk Simpanan *Mudharabah*

ABSTRACT

The thesis entitled "Analysis of Marketing Strategies on *Mudharabah* Savings Products in *Baitul Maal Wat Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Cabang Pembantu Kanigoro" was written by Mohamad Aziz Wahyudi, NIM 1741143397, Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Business Islam, Tulungagung State Islamic Institute, guided by Nur Aziz Muslim, MHI

This research is motivated because economic growth requires a management that is directed towards improving people's welfare. In economic management there are financial institutions, namely BMTs where institutions try to develop their business in economic management in the community. With proper management of ways to attract the community, overcoming the factors that are obstacles in running a business, and how to deal with them appropriately will be able to support success in the economic growth of BMT UGT Sidogiri. With the formulation of the problem (1) What is the marketing strategy of BMT UGT Sidogiri Kanigoro's capem towards *mudharabah* savings products in sharia general savings in the community? (2) What are the marketing constraints faced by BMT UGT Sidogiri Capem Kanigoro? (3) How to overcome the obstacles faced in marketing BMT UGT. Kanogoro's Sidogiri Capem *mudharabah* savings products on sharia general savings are carried out? With the aim of forging maximum results in marketing *mudharabah* savings products.

The type of research used is qualitative using a case study method, the analysis technique is qualitative data. The method used in data collection is observation, interviews and documentation.

The results of this study are strategies used to attract customers through appropriate methods, approaches to the community, with promotions, determining the location of marketing segmentation, good service, and by picking up the ball at customers. Using this method can be the right way to increase the attractiveness of people's interest in becoming customers. In marketing the product must always continuously and never give up to get customer with one method of friendship.

.

Keywords: Marketing Strategy, *Mudharabah* Savings Products