

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran produk Murabahah di Baitul Maal wa Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung” ini ditulis oleh Pungki Wahyuningtyas. Jurusan Perbankan Syariah, NIM 1741143288, pembimbing Muhammad Aqim Adlan S.Ag., S.Pd., M.E.I

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena BMT Sinar Amanah sebagai lembaga yang memiliki kegiatan komersial dan sosial dimana dalam kegiatan komersial BMT Sinar Amanah hadir untuk mengembangkan usaha kecil dan juga berperan penting dalam memberikan kontribusi atas bergeraknya roda ekonomi dan sosial masyarakat.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran produk murabahah di BMT Sinar Amanah? (2) Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk murabahah di BMT Sinar amanah? (3) Bagaimana solusi dalam mengatasi kendala-kendala pemasaran produk murabahah di BMT Sinar amanah?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk murabahah di BMT Sinar amanah, apa saja kendala yang dihadapi serta bagaimana solusinya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data ini diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan observasi. Data-data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan model analisis induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi pemasaran produk murabahah dilakukan dengan direct selling atau penjualan langsung, experiential marketing atau pengalaman anggota dan iklan di media (2) kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk murabahah yaitu kurangnya pengetahuan anggota, kurangnya tenaga kerja atau karyawan dan adanya kesenjangan informasi produk murabahah (3) solusi dalam mengatasi kendala pemasaran produk murabahah yaitu dengan memberikan penjelasan kepada anggota, menambah tenaga kerja atau karyawan baru dan memberikan edukasi kepada anggota yang mendapat kesenjangan informasi.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Pembiayaan Murabahah

## **ABSTRACT**

Thesis with the title “ The Marketing Strategy of Murabahah products in Baitul Maal wa Tamwil Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung” was written by Pungki Wahyuningtyas. Islamic Banking Department, NIM 1741143288, supervisor Muhammad Aqim Adlan S.Ag., S.Pd., M.E.I.

This research is motivated by the phenomenon of Sinar Amanah BMT as an institution that has commercial and social activities in which BMT Sinar Amanah commercial activities are present to develop small business and also play an important role in contributing to the economic and social movements of the community.

The focus of the problem in this study is (1) what is the marketing strategy for murabahah products at Sinar Amanah BMT? (2) what are the constraints faced in marketing foreign products in BMT Sinar Amanah? (3) what is the solution in overcoming the obstacles to marketing murabahah products in BMT Sinar Amanah?. The purpose of this study is to find out how the marketing strategy of murabahah products at BMT Sinar Amanah, what are the obstacles faced and how the solutions are.

This study uses a qualitative method. The data used in this study are primary and secondary data, this data is obtained through interviews, documentation and observation. The collected data is then analyzed by inductive analysis model.

The results showed that (1) the marketing strategy of murabahah products was done by direct selling or direct selling, (2) constraints faced in marketing murabahah products namely lack of knowledge of members, lack of labor or employees and the existence of gaps in murabahah products information, (3) solutions to overcome the obstacles to marketing murabahah products marketing, namely by providing explanations to member, adding new workers or employees and providing education to members who receive information gaps.

**Keywords :** Marketing Strategy, Murabahah Financing