

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan dan Produk Simpanan Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa Tulungagung dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah” ini ditulis oleh Ilham Yusuf Bachtiar, NIM 1741143163, pembimbing Hj. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan pembangunan ekonomi yang semakin meningkat, maka semakin terasa kebutuhan akan hadirnya lembaga keuangan syariah khususnya Baitul Maal wa Tamwil sangat diperlukan. Sehingga dapat dikatakan bahwa, Baitul Maal wa Tamwil memiliki peranan yang penting dalam perkembangan ekonomi. Pemasar sebagai ujung tombak dari Baitul Maal wa Tamwil yang sangat diandalkan perlu menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan maupun simpanan. Penulis tertarik untuk mengetahui dan meneliti sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah nasabah ditengah ketatnya persaingan antar lembaga keuangan baik syariah maupun konvensional. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung? (2) Apa saja kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan nasabah di BMT Rizwa Tulungagung? (3) Apa upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. 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) Dalam meningkatkan jumlah nasabah pemasar dari BMT Rizwa Tulungagung menggunakan strategi pemasaran yang pertama menggunakan *Marketing Mix*. (2) Kendala strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT Rizwa Tulungagung yaitu : a) Kurangnya kemampuan pemasar. b) Keterbatasan dana dari BMT. c) Tenaga pemasar sulit membagi waktu. (3) Upaya yang dilakukan pemasar BMT Rizwa Tulungagung dalam mengatasi kendala sebagai berikut : a) Memberi sosialisasi ke masyarakat. b) Memberikan pelatihan kepada tenaga pemasar. c) Menambah jumlah tenaga pemasar.

Kata kunci : strategi pemasaran, meningkatkan jumlah nasabah

ABSTRACT

Thesis with the title "Analysis of Marketing Strategy for Financing Products and Savings Products of Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa Tulungagung in Increasing the Number of Customers" was written by Ilham Yusuf Bachtiar, NIM 1741143163, Hj supervisor. Amalia Nuril Hidayati, SE., M.Sy.

This research is in the background behind the development of increasing economic development, so the need for the presence of sharia financial institutions, especially Baitul Maal wa Tamwil, is increasingly felt. So that it can be said that, Baitul Maal wa Tamwil has an important role in economic development. Marketers as the spearhead of Baitul Maal wa Tamwil who are very reliable need to use the right marketing strategy in order to increase the number of financing and deposit customers. The author is interested in knowing and examining the extent to which marketing strategies are implemented to increase the number of customers amid the intense competition between financial institutions both sharia and conventional. The focus of the research in this paper is: (1) How is the marketing strategy used to increase the number of customers at BMT Rizwa Tulungagung? (2) What are the obstacles in conducting a marketing strategy to increase customers at BMT Rizwa Tulungagung? (3) What efforts have been made to overcome the obstacles in conducting marketing strategies to increase the number of people at BMT Rizwa Tulungagung?

This study uses a qualitative and the method used is descriptive analysis, while the type of research used is a case study. As for analyzing data, researchers used data collection techniques, data reduction, data presentation, then drawing conclusions. Whereas for checking the validity of the findings using 4 criteria, namely the degree of trust, transferability, dependence, and certainty.

This study produced findings in the form of, (1) In increasing the number of market customers from BMT Rizwa Tulungagung using Marketing Mix strategy. (2) Marketing strategy constraints in increasing the number of customers at BMT Rizwa Tulungagung, namely: a) Lack of marketer's ability. b) Limited funds from BMT. c) Marketers find it difficult to divide time. (3) Efforts made by marketers of BMT Rizwa Tulungagung in overcoming obstacles are as follows: a) Providing information to the public. b) Providing training to marketers. c) Increase the number of marketers.

Keywords: marketing strategy, increasing the number of customers