

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif pada Produk Pembiayaan di BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo dan BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro” ini ditulis oleh Amyda Lilaning Haristian, NIM. 17401153421, pembimbing Nur Aziz Muslim, M.HI.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ramai dan ketatnya persaingan pasar bisnis perbankan yang menyebabkan daya saing pada saat ini merupakan suatu tantangan yang tidak mudah. Tanpa kemampuan dan keunggulan bersaing yang baik produk-produk yang dihasilkan tidak akan mampu bertahan atau bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Maka dari itu, diperlukan strategi pemasaran yang kompetitif dan efektif untuk menghadapi persaingan guna mencapai tujuannya.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo dan BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada produk pembiayaan yang dipasarkan? (2) Bagaimana efektivitas strategi pemasaran BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo dan BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro dalam meningkatkan keunggulan kompetitif? (3) Apa saja kendala dan solusi BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo dan BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro dalam menjalankan strategi pemasarannya?

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang diambil merupakan data primer dan sekunder, teknik pengambilan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menguji keabsahan data digunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi pemasaran yang diterapkan BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo dan BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada produk pembiayaannya menggunakan elemen dan variabel berikut: memilih pasar sasaran, produk, harga, lokasi dan promosi. (2) Strategi pemasaran dinilai lebih berhasil diterapkan pada BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro dibandingkan dengan BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo. Perbedaan efektivitas ini dapat disebabkan oleh kendala yang dialami dalam memasarkan produk. (3) Kendala internal: kurangnya karyawan BMT, solusi yang diterapkan saat ini adalah merangkap pekerjaan karyawan. Kendala eksternal: minimnya pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, karakteristik masyarakat kota yang tertutup dan individual, masyarakat telah melakukan pinjaman pada lembaga lain dan adanya pembiayaan tidak lancar, solusinya : dengan menjelaskan akad dan sistem pada BMT, menawarkan keunggulan yang dimiliki, melakukan pendekatan untuk lebih mengenal karakter anggota serta menentukan kebijakan untuk mengurangi resiko pembiayaan.

Kata Kunci : Efektivitas, Strategi Pemasaran, Baitul Maal Wat Tamwil

## **ABSTRACT**

The minithesis with the title “The Effectiveness of Marketing Strategy in Increasing Competitive Excellence of Financing Product at UGT Sidogiri KCP Sukorejo and BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro” was written by Amyda Lilaning Haristian, SRN. 17401153421, advisor: Nur Aziz Muslim, M.HI.

This research was formed the background by competition of banking business market be more interesting and stricter causes competitiveness nowadays is uneasy challenge. Without good competing ability and excellence, the products produced will no able to survive or to compete with the other financial institutions. Therefore, competitive and effective marketing strategy are required to face competition to reach the aim.

The reserach focuses in this minithesis are (1) How is the marketing strategy of BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo and BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro in increasing competitive excellence in financing products marketed? (2) How is the marketing strategy effectiveness of BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo and BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro in increasing competitive excellence? (3) What are constraints and solutions of BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo and BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro in running their marketing strategy?

The approach used was qualitative approach with descriptive research type. The datas collected were primary and secondary data, the technique of data collecting used observation, interview, and documentation technique. To test data validity, triangulation technique was used.

The result of research showes that (1) The marketing strategies implemented at BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo and BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro in increasing competitive excellence on financing product use elements and variables as follows: sellecting target market, product, price, location, and promotion. (2) The marketing strategy is evaluated more successful implemented at BMT UGT Sidogiri KCP Kanigoro compared with BMT UGT Sidogiri KCP Sukorejo. This effectiveness difference can be caused by obstacle sustained in marketing the product. (3) The internal obstacle: lack of BMT employees, solution implemented nowadays is by also holding the employee job. The external obstacle: minimum society knowledge about sharia financial instituton, characteristic of closed and individual citizen, the society have conducted loaning at other institution and financing is not facile, solution: by explaining agreement and system at BMT, offering exelence possessed, conducting the oncoming to recognize member characteristic more also determining policy to decrease financing risk.

**Keywords:** Effectiveness, Marketing Strategy, Baitul Maal Wat Tamwil