

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Marketing Mix (Bauran Pemasaran) dalam Mempengaruhi Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Tulungagung dan Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung” ini ditulis oleh Imelda Gladis Dwi Setiani, NIM. 17401153299, pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hadirnya lembaga keuangan mikro dengan memudahkan masyarakat yang tinggal di daerah pelosok untuk menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan karena jangkauannya dekat dengan tempat tinggal mereka. Kenyataanya banyak masyarakat yang sulit untuk memenuhi kebutuhannya karena keterbatasan dana.

Fokus penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui prosedur pengajuan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah, 2) untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan anggota dalam memilih pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah, 3) untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah dalam menjalankan *marketing mix*, 4) untuk mengetahui solusi dalam mengatasi kendala saat menjalankan *marketing mix* di BMT Istiqomah dan BTM Surya Madinah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer maupun data sekunder yang diperoleh peneliti melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa 1) prosedur pengajuan pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah menggunakan akad *wakalah* dalam pembiayaan *murabahah*, sedangkan di BTM Surya Madinah menyediakan barang dalam pembiayaan *murabahah*, 2) faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi anggota pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah adalah faktor sub-budaya dan faktor pekerjaan dan lingkungan ekonomi, sedangkan di BTM Surya Madinah adalah faktor sub-budaya dan faktor motivasi, 3) kendala yang dihadapi oleh BMT Istiqomah dalam menjalankan *marketing mix* adalah a) kendala *internal*, keterbatasan SDM dan tidak ada tenaga yang menangani pemasaran, b) kendala *eksternal*, masyarakat banyak yang belum mengetahui produk dari lembaga dan tidak ada kerjasama dengan *supplier* atau badan usaha lain untuk menyediakan produk, sedangkan di BTM Surya Madinah adalah a) kendala *internal*, keterbatasan modal dan kurangnya pemahaman karyawan tentang produk lembaga, b) kendala *eksternal*, perekonomian masyarakat yang tidak stabil dan persaingan antar lembaga, 4) solusi untuk menghadapi kendala di BMT Istiqomah adalah a) solusi *internal*, merekrut SDM kembali dan melakukan pelatihan pemasaran terhadap karyawan serta mengadakan evaluasi target pasar, b) solusi *eksternal*, mengenalkan produk dengan menerapkan *marketing mix* dan melakukan kerjasama dengan badan usaha penyedia barang, sedangkan di BTM Surya Madinah adalah a) solusi *internal*, menambah permodalan dengan menawarkan produk arisan dan memberikan pelatihan terhadap karyawan, b) solusi *eksternal*, mengadakan pembinaan terhadap anggota dan meningkatkan promosi.

Kata Kunci: Keputusan Anggota, Pembiayaan *Murabahah*, *Marketing Mix*.

ABSTRACT

Thesis with the title " Application of Marketing Mix in Influencing the Decision to Become a Murabahah Financing Member at Baitul Maal Wat Tamwil Istiqomah Tulungagung and Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung" was written by Imelda Gladis Dwi Setiani, NIM. 17401153299, supervisor of Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

This research is motivated by the presence of microfinance institutions by making it easier for people who live in remote areas to collect and distribute funds in the form of financing because its reach is close to where they live. In fact many people find it difficult to meet their needs because of limited funds. The focus of this research is 1) to find out the procedure for submitting murabahah financing at BMT Istiqomah and BTM Surya Madinah, 2) to find out the factors that influence the decision of members in choosing murabahah financing at BMT Istiqomah and BTM Surya Madinah, 3) to find out the constraints affecting members' decisions in choosing murabahah financing at BMT Istiqomah and BTM Surya Madinah, 3) faced by BMT Istiqomah and BTM Surya Madinah in carrying out marketing mix, 4) to find solutions to overcome obstacles when running marketing mix at BMT Istiqomah and BTM Surya Madinah.

This research uses descriptive qualitative method. The data used in this study are primary and secondary data obtained by researchers through interviews, observations and documentation.

The results of this study found that 1) the procedure for submitting murabahah financing at Istiqomah BMT uses the wakalah contract in murabahah financing, while in BTM Surya Madinah provides goods in murabahah financing, 2) the factors that influence the decision to become a member of murabahah financing at Istiqomah BMT are sub-cultural factors and work and economic environment factors, while at BTM Surya Madinah are sub-cultural factors and motivational factors, 3) the obstacles faced by BMT Istiqomah in carrying out the marketing mix are a) internal constraints, limited human resources and no personnel handling marketing, b) external constraints, many people do not know about the products of the institution and there is no collaboration with suppliers or other business entities to provide products, while at BTM Surya Madinah are a) internal constraints, limited capital and lack of understanding of employees about institutional products, b) constraints externally, an unstable community economy bills and competition between institutions, 4) solutions to face obstacles in Istiqomah BMT are a) internal solutions, recruiting human resources again and conducting marketing training for employees and evaluating target markets, b) external solutions, introducing products by implementing marketing mix and collaborating with business entities providing goods, while at BTM Surya Madinah is a) internal solutions, increasing capital by offering social gathering products and providing training to employees, b) external solutions, conducting financing for members and increasing promotions.

Keywords: *Member Decision, Murabahah Financing, Marketing Mix.*