

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah (Studi kasus Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)” ditulis oleh Imas Purmianti, NIM 17401163297, Jurusan Perbankan Syariah, Dibimbing oleh Bapak Muhamad aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Strategi *marketing mix* yang memang sangat penting guna kelangsungan hidup perusahaan, karena strategi pemasaran yang baik dan terarah pasti berdampak positif terhadap perusahaan, yang salah satunya dapat meningkatkan jumlah pelanggan atau anggota baru.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah Bagaimana Pelaksanaan, Kendala, dan Solusi terkait Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah anggota pembiayaan Musyarakah (Studi kasus Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)?

Jenis Penelitian yang dipakai adalah Kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode yang digunakan dalam pengumpulan data ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian di Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat adalah strategi Promosi dan Harga sedangkan di KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung adalah strategi Promosi. Kendala Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat yaitu meliputi a). Kendala internal, minimnya tanggapan dari pihak lembaga guna menyikapi persaingan dan minimnya pengawasan dalam manajemen koperasi untuk mensurvey usaha calon anggota, b). Kendala eksternal, penunggakan tagihan khususnya anggota pembiayaan Musyarakah, dan minimnya pengetahuan masyarakat akan produk yang dimiliki oleh Lembaga Keuangan Syariah. Sedangkan pada KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Kendala internal, Minimnya tanggapan dari pihak lembaga guna menyikapi persaingan, dan kurang maksimalnya tanggapan lembaga keuangan syariah dalam menyikapi anggota yang telat membayar angsuran. b). Kendala eksternal, keterangan dari anggota yang tidak jujur akan usaha yang dimiliki, dan keterlambatan anggota dalam membayar angsuran pembiayaan. Solusi Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat, a). Solusi internal, Bersaing sehat, memberikan pelayanan yang prima dan menggunakan media promosi semaksimal mungkin, dan Pihak lembaga menggunakan pengawasan secara sederhana. b). Solusi eksternal, Memberikan surat tagihan dan juga denda, dan Memaksimalkan sosialisasi kepada masyarakat/ para anggota. Sedangkan pada KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Solusi internal, menggunakan pelayanan prima dan menambah jumlah media promosi yang digunakan, dan Lebih berhati-hati, teliti dan tegas, memberikan denda dan juga memberikan peringatan secara tulis dan lisan. b). Solusi eksternal, teliti dan tetap berusaha mencari informasi dari orang terdekat, dan memberikan denda dan juga memberikan peringatan secara tulis dan lisan kepada para anggota.

Kata Kunci : Marketing Mix, Meningkatkan Jumlah Anggota, BMT, Pembiayaan Musyarakah.

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing mix strategy in increasing the number of members of Musyarakah products (Case study of the BTM Surya Dana Campurdarat Sharia Cooperative and KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)" was written by Imas Purmianti, NIM 17401163297, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business,, Supervised by Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

This research is motivated by the marketing mix strategy which is very important for the survival of the company, because a good and targeted marketing strategy must have a positive impact on the company, one of which can increase the number of customers or new members.

The research focus in this thesis is How is the implementation , What , and What is the solution to marketing mix strategy in increasing the number of members of Musyarakah financing (Case study of the BTM Surya Dana Campurdarat Sharia Cooperative and KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)?

The type of research used is qualitative with a descriptive approach, the methods used in this data collection are observation, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that the implementation in KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung is a Promotion strategy. Barriers to Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat include a). Internal constraints, lack of response from institutions in response to competition and lack of supervision in cooperative management to survey prospective member businesses, b). External constraints, arrears of bills, especially members of Musyarakah financing, and the lack of public knowledge of products owned by Islamic Financial Institutions. Meanwhile, the KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Internal constraints, lack of response from institutions in response to competition, and less optimal responses from Islamic financial institutions in responding to members who are late in paying installments. b). External constraints, information from members who are not honest about the business they have, and the delay of the members in paying the financing installments. Solutions for the BTM Surya Dana Campurdarat Sharia Cooperative, a). Internal solutions, healthy competition, providing excellent service and using as much promotional media as possible, and the institution using simple supervision. b). External solutions, Providing bills and fines, and Maximizing outreach to the community / members. Meanwhile, the KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung, a). Internal solutions, using excellent service and increasing the number of promotional media used, and being more careful, thorough and decisive, giving fines and also giving written and verbal warnings. b). External solutions, be thorough and keep trying to find information from the closest people, and provide fines and also provide written and verbal warnings to members.

Keywords: *Marketing Mix, Increasing the Number of Members, BMT, Financing Musyarakah.*