

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan pada Petani dalam mewujudkan Inklusi Keuangan (Study kasus BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Rizwa Tulungagung” ini ditulis oleh Ulfatul Intan Fitria, NIM 12401173004, Pembimbing Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini di latar belakangi upaya dalam mewujudkan suatu Inklusi Keuangan para petani di Tulungagung. Maka dari itu setiap BMT memiliki strategi pemasaran untuk mengenalkan produk pembiayaan nya agar dikenal semakin meluas apalagi dikalangan petani yang masih sangat awam dalam hal mengenal lembaga keuangan seperti BMT. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan pada BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Rizwa Tulungagung ? (2) Bagaimana Strategi pemasaran prosuk pembiayaan pada petani dalam mewujudkan inklusi keuangan ? (3) bagaimana hubungan antara petani dan inklusi keuangan ? (4) apa saja kendala-kendala dan solusi Strategi pemasaran prosuk pembiayaan pada petani dalam mewujudkan inklusi keuangan ?

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan jenis penelitian study kasus. Dimana peneliti mempelajari secara instensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan, lembaga maupun masyarakat petani yang diteliti melalui berbagai teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam metode ini adalah wawancara. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis model deduktif berangkat dari permasalahan umum untuk diambil kesimpulan pada permasalahan khusus. Sedangkan untuk menguji keabsahan data peneliti ini dilakukan triagulasi dengan sumber.

Penelitian ini menghasilkan temuan berupa (1) Strategi pemasaran produk pembiayaan yang dilakukan BMT Istiqomah Karangrejo dan BMT Rizwa Tulungagung menggunakan strategi jemput bola, pemasaran sosial media seperti whatsapp, instagram, facebook. Dalam masalah SOP marketing BMT Istiqomah belum membuat penerapan SOP tertulis, beda dengan BMT Rizwa yang sudah ada penerapan SOP marketing sehingga karyawan akan nyaman bekerja tanpa timbul rasa was-was apakah pekerjaan sesuai atau tidak. (2) strategi pemasaran produk pembiayaan pada petani dalam mewujudkan inklusi keuangan pihak BMT mencari informasi tempat dimana terdapat sekelompok petani lalu para pemasar mendatangi kelompok tani tersebut. dikarenakan ada beberapa petani tidak pandai dalam bermain sosial media. Bidikan daerah kedua BMT yaitu mereka mengutamakan membidik daerah masing masih dikarenakan daerah tempat BMT merupakan kawasan pertanian, dalam mewujudkan inklusi keuangan para petani BMT Istiqomah Karangrejo sangat baik meski belum keseluruhan terbidik BMT Istiqomah mempunyai angsuran khsusus untuk pertanian sehingga membidik lebih banyak petani. (3)hubungan antara petani dan inklusi keuangan menurut kedua BMT sangatlah penting karena dengan adanya inklusi petani akan menjadi tahu dan menjadi makmur karena dipermudah dalam masalah pembiayaan modal. (4) kendala dan solusi dalam melakukan strategi pemasaran pada petani dalam mewujudkan inklusi keuangan BMT Istiqomah dan BMT rizwa hampir mempunyai kendala yang sama seperti kurangnya pemahaman masyarakat serta kurangnya personil pemasaran untuk solusi kedua BMT akan lebih baik lagi dalam penyampaian dan memahamkan masyarakat, serta akan menambah personil pemasaran agar lebih luas dalam melakukan pemasaran.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Produk, Pembiayaan, Petani, Inklusi Keuangan

ABSTRAK

This thesis entitled "Analysis of Financing Product Marketing Strategies for Farmers in Realizing Financial Inclusion (Case Study of BMT Istiqomah Karangrejo and BMT Rizwa Tulungagung" was written by Ulfatul Intan Fitria, NIM 12401173004, Supervisor Binti Nur Asiyah, M.Si.

This research is based on the efforts in realizing a financial inclusion of farmers in Tulungagung. Therefore, every BMT has a marketing strategy to introduce its financing products so that they are widely known, especially among farmers who are still very unfamiliar with financial institutions such as BMT. The research focus in this thesis is (1) How is the marketing strategy of financing products at BMT Istiqomah Karangrejo and BMT Rizwa Tulungagung? (2) What is the marketing strategy for financing products to farmers in realizing financial inclusion?

This research uses qualitative research with a descriptive approach. With this type of case study research. Where the researchers studied intensively about the background of the current situation and the interaction of the environment, institutions and farmer communities being studied through various data collection techniques. The data collection technique in this method is interviews. In analyzing the data, researchers used deductive model analysis departing from general problems to draw conclusions on specific problems. Meanwhile, to test the validity of the research data, triangulation was carried out with the source.

This research resulted in findings in the form of (1) the marketing strategy of financing products carried out by BMT Istiqomah Karangrejo and BMT Rizwa Tulungagung using a ball-pick strategy, social media marketing such as WhatsApp, Instagram, Facebook. In the case of SOP marketing, BMT Istiqomah has not made a written SOP application, in contrast to BMT Rizwa, which already has a marketing SOP application so that employees will be comfortable working without feeling anxious whether the job is appropriate or not. (2) the marketing strategy of financing products to farmers in realizing financial inclusion, BMT looks for information on the location where there is a group of farmers, then the marketers visit the farmer group. because there are some farmers who are not good at playing social media. The aim of the second area of BMT is that they prioritize targeting their respective regions because the area where BMT is an agricultural area, in realizing financial inclusion of BMT Istiqomah Karangrejo farmers is very good even though it is not entirely targeted that BMT Istiqomah has special installments for agriculture so that it targets more farmers. (3) the relationship between farmers and financial inclusion according to the two BMTs is very important because with the inclusion, farmers will know and become prosperous because it is facilitated in the problem of capital financing. (4) constraints and solutions in implementing marketing strategies for farmers in realizing financial inclusion BMT Istiqomah and BMT rizwa have almost the same obstacles such as a lack of community understanding and a lack of marketing personnel for the second solution. BMT will be even better at delivering and understanding the community, and will add marketing personnel to be broader in marketing

Keywords: *Strategy, Marketing, Financing Products, Farmers, financial inklusi*