

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran Yang Efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mudharabah Pada Baitul Maal wat Tamwil Pahlawan Tulungagung” ini ditulis oleh Okky Kharismawan, NIM. 12401173140, pembimbing Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Banyaknya sektor perbankan yang mengalami penurunan pendapatan, terutama BMT. Untuk dapat mempertahankan jumlah nasabah agar tidak menurun, perlu adanya strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah, khususnya produk tabungan mudharabah. Tujuan penelitian untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah melalui strategi pemasaran. Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah 1) Bagaimana Implementasi Strategi Pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung? 2) Apa Kendala-kendala yang mempengaruhi strategi pemasaran Produk Tabungan Mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang diperoleh dari data primer yaitu data yang bersumber dari hasil penelitian lapangan meliputi wawancara dengan staf, manajer dan nasabah, serta data sekunder diperoleh dari buku referensi, jurnal, dan website lembaga penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah menggunakan strategi marketing mix atau bauran pemasaran yang mencakup 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Dan strategi jempit bola. 2) Kendala-kendala yang mempengaruhi strategi pemasaran adalah banyaknya persaingan lembaga keuangan terutama berbasis syariah, kendala dari media sosial yang belum baik dalam pengelolaannya untuk pemasaran secara online, untuk promosi belum terlalu optimal ditambah beberapa masyarakat yang kurang memahami mengenai produk-produk yang ditawarkan BMT.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Nasabah, Tabungan Mudharabah

ABSTRACT

The thesis entitled "The Implementation of Effective Marketing Strategies in Increasing the Number of Customers for *Mudharabah* Savings Products at Baitul Maal wat Tamwil Pahlawan Tulungagung", written by Okky Kharismawan, Register Number. 12401173140, Advisor: Mochamad Chobir Sirad, M.Pd.I.

The background of this research is the number of banking sectors that have experienced a decline in income, especially BMT. In order to maintain the number of customers from decreasing, it is necessary to have an effective marketing strategy in increasing the number of customers, especially *Mudharabah* savings products. The research objective is to increase the number of *Mudharabah* savings product customers through a marketing strategy. The formulation of the problems in this research are: 1) How is the implementation of an effective marketing strategy to increase the number of customers of *Mudharabah* savings products at BMT Pahlawan Tulungagung? 2) What are the constraints that affect the marketing strategy of *Mudharabah* Savings Products at BMT Pahlawan Tulungagung?

This research used qualitative research methods with descriptive research type. The data obtained from primary data, namely data that comes from the results of field research, including the results of interviews with staff, managers, and customers and secondary data obtained from reference books, journals, and research institute websites. The data collection techniques using interview techniques, observation and documentation.

The results of this research showed that: 1) The marketing strategy in increasing the number of customers for *Mudharabah* savings products uses a marketing mix strategy that includes the 4P, namely Product, Price, Place, Promotion, and the strategy to pick the ball. 2) The constraints that affect the marketing strategy are the amount of competition for financial institutions, especially sharia-based, social media constraints that have not been good in their management for online marketing, promotion has not been too optimal, plus some people who do not understand the products offered by BMT .

Keywords: Marketing Strategy, Customers, *Mudharabah* Savings.