

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Perbandingan Tingkat Bauran Pemasaran Antara BMT UGT NUSANTARA dan BMT SYIRKAH Di Lumajang” ini ditulis oleh Ajhizatul Khoiroh, NIM. 12401183050, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

Penulisan skripsi ini dilatar belakangi adanya perkembangan perekonomian nasional maupun internasional yang bergerak begtiti cepat serta kemajuan dan tantangan khususnya dalam bidang teknologi informasi dan ekonomi. Selain itu juga adanya perkembangan Lembaga Mikro Syariah yang banyak diminati masyarakat yaitu Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Baitul Maal Wa Tamwil sudah banyak di dirikan di setiap daerah sehingga persaingan antar lembaga pun semakin ketat. Hal ini membuat Product, Price, Place dan promotion merupakan faktor penting untuk menarik nasabah. Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah merupakan salah satu Baitul Maal Wa Tamwil yang berdiri di kota lumajang.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1). Untuk mengetahui perbandingan bauran pemasaran pada dimensi *Product* (Produk) antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah. 2). Untuk mengetahui perbandingan bauran pemasaran pada dimensi *Price* (Harga) antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah. 3). Untuk mengetahui perbandingan bauran pemasaran pada dimensi *Place* (Tempat) antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah. 4). Untuk mengetahui perbandingan bauran pemasaran pada dimensi *Promotion* (Promosi) antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian komparatif. Teknik pengambilan data primer yang diperoleh dari responden melalui pengisin kuisoner dan pengambilan sampelnya menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel dengan cara siapapun yang ditemui diberi peluang yang sama untuk dijadikan sampel sebanyak 50 responden setiap lembaga.

Hasil penelitian ini menunjukkan : 1). Terdapat perbedaan yang signifikan antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah pada dimensi *product* (Produk). 2). Terdapat perbedaan yang signifikan antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah pada dimensi *price* (Harga). 3). Tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah pada dimensi *Place* (Tempat).4). Terdapat perbedaan yang signifikan antara Bmt Ugt Nusantara dan Bmt Syirkah pada dimensi *Promotion* (Promosi).

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Bmt Ugt Nusantara, Bmt Syirkah

ABSTRACT

The background of writing this thesis is the development of the national and international economy which is moving so fast as well as progress and challenges, especially in the field of information technology and economics. In addition, there is also the development of a Sharia Micro Institution that is in great demand by the public, namely Baitul Maal wa Tamwil (BMT). Baitul Maal Wa Tamwil has been established in many regions so that the competition between institutions is getting tougher. This makes Product, Price, Place and promotion an important factor to attract customers. Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah are one of the Baitul Maal Wa Tamwil which stands in the city of Lumajang.

The aims of this research are: 1). To find out the comparison of the marketing mix on the Product dimension between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah. 2). To find out the comparison of the marketing mix on the Price dimension between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah. 3). To find out the comparison of the marketing mix on the Place dimension between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah. 4). To find out the comparison of the marketing mix on the Promotion (Promotion) dimension between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah.

This type of research uses a quantitative approach with comparative research methods. The primary data collection technique was obtained from the respondents through filling out a questionnaire and the sample was taken using the accidental sampling method, namely taking samples by means of anyone who was met given the same opportunity to be sampled as many as 50 respondents from each institution.

The results of this study indicate: 1). there is a significant difference between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah in the product dimension. 2). there is a significant difference between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah on the price dimension. 3). there is no significant difference between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah on the dimensions of Place (Place) 4). there is a significant difference between Bmt Ugt Nusantara and Bmt Syirkah in the Promotion (Promotion) dimension,.

Keywords: Marketing Mix, Bmt Ugt Nusantara, Bmt Syirkah