

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pembiayaan Musyarakah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study pada Baitul Mal Wat Tamwil Sahara dan Baitul Mal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung)” ini ditulis oleh Muh. Nasrul Baihaqi dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 12508174020, Prodi Ekonomi Syariah Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing Dr. H. Mashudi ,M, Pd.I dan Dr. Mochamad Arif Faizin, M.Ag.

Tesis ini dilatarbelakangi oleh situasi perkembangan perbankan saat ini yang sangat pesat. Sehingga banyaknya persaingan antar lembaga keuangan khususnya BMT dalam memikat konsumen sehingga bisa meningkatkan jumlah anggota/nasabahnya. Dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan strategi bauran pemasaran. Strategi bauran pemasaran harus dilakukan dengan efektif sehingga penjualan dapat meningkat. Kegiatan pemasaran umumnya memfokuskan diri pada produk, penetapan harga, kebijakan distribusi/tempat, dan cara promosi yang dalam hal ini dikenal sebagai bauran pemasaran. Aktivitas bauran pemasaran memegang peranan penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Fokus dalam penelitian ini adalah (1) Mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran pada Pembiayaan Musyarakah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, (2) Mengetahui bagaimana kendala-kendala yang ada dalam pelaksanaan bauran pemasaran pembiayaan musyarakah dalam meningkatkan jumlah nasabah, (3) Mengetahui bagaimana solusi dari kendala-kendala yang di hadapai dalam pelaksanaan strategi bauran pemasaran pembiayaan musyarakah dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Data sekunder yang digunakan berupa buku-buku referensi yang telah ada. Metode pengumpulan data adalah wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1)strategi pemasaran yang dilakukan adalah produk, Tempat (*Place*) dan promosi, Orang (*people*), Bukti fisik (*physical evidence*);(2)kendala-kendala yang ada dalam pelaksanaan bauran pemasaran adalah Kurangnya pemahaman masyarakat akan prinsip syariah. Kemudian, kurangnya SDM yang mumpuni, Adanya unsur ketidakpercayaan masyarakat terhadap kinerja BMT;(3)Solusi dari kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi bauran pemasaran adalah dengan Peningkatan sumber daya manusia pada BMT dilaksanakan dengan pelatihan meningkatkan etos kerja, kemampuan, profesionalitas, kinerja karyawan dan meningkatkan sosialisasi kepada msyarakat.

**Kata Kunci** : Strategi Bauran Pemasaran, pembiayaan musyarakah, jumlah nasabah

## ABSTRACT

The title of this thesis "Analysis of Musyarakah Financing Marketing Strategy in Increasing the Number of Clients (Study in the Baitul Mal Wat Tamwil Sahara and Baitul Mal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung)" written by Nasrul Baihaqi with student master number (NIM) 12508174020, Postgraduate Program in Islamic Economics, Tulungagung State Islamic Institute. Advisor by Dr. H. Mashudi ,M, Pd.I and Dr. Mochamad Arif Faizin, M.Ag.

This thesis is motivated by the current situation of banking development which is very rapid. So that there are a lot of competition between financial institutions, especially BMT, in attracting consumers. So, that they can increase the number of members / customers and one way is to implement a marketing mix strategy. The marketing mix strategy must be carried out effectively so that sales can increase. Marketing activities generally focus on products, pricing, distribution policies / places, and ways of promotion which in this case are known as the marketing mix. The marketing mix activity plays an important role for the survival of a company.

The focus of this research i.e (1) Knowing how the marketing mix strategy in Musyarakah Financing in Increasing the Number of Customers, (2) Knowing how the constraints that exist in implementing the musyarakah financing marketing mix in increasing the number of customers, (3) Knowing how the solutions to constraints encountered in implementing the musyarakah financing mix marketing strategy in increasing the number of customers.

This research is a type of field research with a qualitative approach. Secondary data used in the form of reference books that already exist. Methods of data collection are interviews, documentation and observation.

The results of the study show that (1) strategy of the marketing strategies carried out are products, places, promotions, people (people), and physical evidence, (2) constraints that exist in the implementation of the marketing mix is a lack of understanding of the community sharia principles. Then, the lack of qualified human resources, there is an element of public distrust towards BMT performance; (3) The solution of the obstacles faced in implementing marketing mix strategies is by increasing human resources in BMTs implemented with training to improve work ethic, ability, professionalism, performance employees and improve socialization to the community.

**Keywords:** Strategy of Marketing Mix, Musharaka financing, number of customers