

## Abstrak

Skripsi dengan judul “Analisis SWOT Pada *Marketing* Pembiayaan *Murabahah* Guna Meningkatkan Jumlah Anggota” Studi Kasus Pada BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT My ini ditulis oleh Asrotul Yunanik, NIM. 12401173210, pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh karakteristik yang diberikan masing-masing *Baitul Maal Wat Tamwil*, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi anggota. Pada BMT Nusantara Umat Mandiri dimana pada tahun 2014 pernah terjadi kasus penipuan lembaga keuangan berlabel syariah yang memiliki kantor cabang di Kalidawir, dengan adanya lembaga NU yang menaungi BMT lebih memberikan kepercayaan. Dibuktikan dengan jumlah anggota pembiayaan yang semakin meningkat setiap tahunnya. Pada BMT Muamalah Tulungagung melakukan promosi dengan mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu, dibuktikan dengan bertambahnya calon anggota, tetapi calon anggota pembiayaan masih mengalami *fluktuasi*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Implementasi strategi *marketing* pembiayaan *murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung (2) Analisis SWOT pada strategi *marketing* pembiayaan *murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung (3) Peningkatan jumlah anggota atas strategi *marketing* pembiayaan *murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif jenis studi kasus dengan data primer dari hasil wawancara dengan pengurus dan anggota pembiayaan dan data sekunder dari dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan metode induktif (yang diambil dari fakta).

Hasil Penelitian adalah: (1) implementasi strategi *marketing* pembiayaan *murabahah* di BMT Nusantara Umat Mandiri berupa pemberian hadiah, pemasaran *door to door*, menghubungi anggota secara berkala sedangkan BMT Muamalah Tulungagung menggunakan metode 4P dan promosi yang menunjukkan hasil yang baik dalam peningkatan jumlah anggota. (2) SWOT di BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung dalam meningkatkan jumlah anggotanya memiliki kesamaan dalam menggunakan strategi *Strenght Opportunity* (SO) karena memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada serta sudah mampu untuk bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. (3) jumlah anggota atas strategi *marketing* pembiayaan *murabahah* yang dilakukan di BMT Nusantara Umat Mandiri dan BMT Muamalah Tulungagung mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya, pada BMT Nusantara Umat Mandiri jumlah anggota yang melakukan pembiayaan mengalami peningkatan sebanyak 35,54% sedangkan pada BMT Muamalah Tulungagung mengalami penurunan sebesar 27,33%.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Anggota Pembiayaan, Strategi *Marketing*

## **Abstract**

*Thesis entitled "SWOT Analysis on Murabahah Financing Marketing to Increase the Number of Members" This case study on BMT Nusantara Ummah Mandiri and BMT My was written by Asrotul Yunanik, NIM. 12401173210, adviser Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.*

*This research is motivated by the characteristics given by each Baitul Maal Wat Tamwil, so that it becomes a special attraction for members. At BMT Nusantara Ummah Mandiri where in 2014 there was a fraud case of a sharia-labeled financial institution that had a branch office in Kalidawir, with the NU institution that overshadowed BMT, it gave more trust. It is proven by the number of financing members which is increasing every year. At BMT Muamalah Tulungagung conducts promotions by communicating the advantages of the product and persuading customers to buy the product, as evidenced by the increase in prospective members, but prospective financing members are still experiencing fluctuations. This study aims to determine (1) the implementation of the marketing strategy of murabahah financing at BMT Nusantara Ummah Mandiri and BMT Muamalah Tulungagung (2) SWOT analysis on the marketing strategy of murabahah financing at BMT Nusantara Ummah Mandiri and BMT Muamalah Tulungagung (3) Increasing the number of members on the marketing strategy murabahah financing at BMT Nusantara Ummah Mandiri and BMT Muamalah Tulungagung..*

*The method used in this study is a case study qualitative approach with primary data from interviews with administrators and financing members and secondary data from documentation. Data analysis used is qualitative data analysis with inductive method (taken from facts).*

*The results of the research are: (1) implementation of the marketing strategy for murabahah financing at BMT Nusantara Umat Mandiri in the form of giving gifts, door to door marketing, contacting members regularly, while BMT Muamalah Tulungagung uses the 4P method and promotions which show good results in increasing the number of members. (2) SWOT in BMT Nusantara Umat Mandiri and BMT Muamalah Tulungagung in increasing the number of members have similarities in using the Strength Opportunity (SO) strategy because they have strengths and opportunities so they can take advantage of existing opportunities and are already able to compete in a competitive market. (3) the number of members for the murabahah financing marketing strategy carried out at BMT Nusantara Umat Mandiri and BMT Muamalah Tulungagung has increased and decreased every year, at BMT Nusantara Umat Mandiri the number of members who carry out financing has increased by 35.54% while at BMT Muamalah Tulungagung decreased by 27.33%.*

**Keywords:** *Financing Member, Marketing Strategy, SWOT Analysis.*