

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al Madani dan BMT Sahara Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Siti Qomariyah NIM. 12401193033 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dosen Pembimbing Bapak Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan di dunia keuangan yang semakin ketat. Banyaknya lembaga yang menawarkan produk yang sama sehingga membuat BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung mengalami fluktuasi jumlah nasabah pembiayaan murabahah padahal pembiayaan tersebut paling banyak diminati oleh masyarakat. Strategi pemasaran perlu dilakukan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dari perusahaan. Maka dari itu peneliti menganalisis strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7P* guna meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu: (1) Bagaimana penerapan strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7P* dalam meningkatkan loyalitas anggota pada pembiayaan murabahah BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung, (2) Bagaimana efektivitas penerapan strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7P* dalam meningkatkan loyalitas anggota pada pembiayaan murabahah BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7P* dan efektivitas strategi pemasaran menggunakan *marketing mix 7P* pada BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan datanya yaitu melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Serta juga menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan dari temuan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Strategi pemasaran yang dilakukan BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung dalam meningkatkan loyalitas anggota pembiayaan murabahah yakni strategi pemasaran 7P meliputi: *Product*, menawarkan produk sesuai kebutuhan masyarakat. *Price*, penentuan penetapan margin yang dilakukan diawal kesepakatan. *Place*, pemilihan lokasi yang strategis. *Promotion*, sosialisasi masyarakat, penyebaran brosur. *People*, melakukan pelatihan dan pembinaan karyawan, *Physical Evidence*, menonjolkan sisi syariah dengan mendesain ruangan. *Process*, prosedur yang mudah dan cepat. (2) Penerapan strategi pemasaran 7P pada BMT Al Madani dan BMT Sahara Tulungagung juga sudah berjalan secara efektif terbukti dengan anggotanya masih banyak yang loyal dan adanya penambahan jumlah anggota disetiap bulannya.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Murabahah, Meningkatkan Loyalitas**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Marketing Strategy in Increasing Loyalty Members of Murabahah Financing at BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung District" was written by Siti Qomariyah NIM 12401193033 Department Sharia Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervisor lecturer Mr. Refki Rusyadi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by competition in the financial world getting tighter. There are so many institutions that offer the same product causing BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung to fluctuate the number of murabaha financing customers even though the financing is the most much in demand by the public. Marketing strategy needs to be done company to achieve a company goal. Therefore researchers analyze the marketing strategy using the 7P marketing mix to increase customer loyalty murabahah financing.*

*The focus of research in this thesis are: (1) How to apply the strategy marketing using the 7P marketing mix in increasing member loyalty to murabahah financing for BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung, (2) How is the effectiveness of implementing a marketing strategy using the 7P marketing mix in increasing member loyalty on murabahah financing for BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung. The purpose of this study is to determine the implementation of the strategy marketing using the 7P marketing mix and marketing strategy effectiveness of implementing marketing strategies using the 7P marketing mix at BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung.*

*This study uses a qualitative approach to the type descriptive research. Sources of data used are primary data and data secondary. The data collection technique is through interviews, observation, and documentation. As well as using techniques to check the validity of the findings data using source triangulation.*

*The results of this study are: (1) The marketing strategy is carried out BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung in increasing loyalty members of murabahah financing namely the 7P marketing strategy includes: Product, offer products according to needs of society. Price, determination setting the margin that is done at the beginning of the agreement. Place, location selection strategic one. Promotion, community outreach, distribution of brochures. People, conducting employee training and coaching, Physical Evidence, highlights sharia side by designing the room. Process, easy and fast procedure. (2) Implementation of the 7P marketing strategy at BMT Al Madani and BMT Sahara Tulungagung has also been running effectively as evidenced by its members still many are loyal and there is an increase in the number of members each month.*

**Keywords: Marketing Strategy, Murabahah Financing, Increasing Loyalty**