

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran pada Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Anggota di BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar*” oleh Khairul Mustakim NIM. 12401193045. Prodi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Fia Rahma, M.S.A

Penelitian dilatarbelakangi karena dilihat dari perkembangan anggota yang baik di setiap tahunnya terutama pada pembiayaan murabahah. Strategi pemasaran memberikan peluang bagi BMT untuk lebih berkembang. BMT bertujuan meningkatkan kualitas usaha ekonomi untuk kesejahteraan anggota khususnya pada masyarakat mikro. BMT juga memiliki fungsi utama yaitu sebagai media penyalur dana atau harta ibadah, seperti zakat, infak, sedekah dan wakaf, serta berfungsi sebagai institusi yang bergerak di bidang investasi yang bersifat produktif, sebagaimana layaknya bank.

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui strategi produk pada pembiayaan murabahah dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota di BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar. (2) Untuk mengetahui strategi harga pada pembiayaan murabahah dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota di BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar. (3) Untuk mengetahui strategi tempat pada pembiayaan murabahah dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota di BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar.

Metode dengan pendekatan kualitatif dan berjenis deskriptif digunakan untuk penekanan pada fakta berbentuk kata. Data dan sumber data menggunakan data primer. Dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, didukung dengan observasi serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data pada penelitian ini dengan triangulasi teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi produk yang di pakai BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar sudah diterapkan dengan baik mengembangkan dan menciptakan berbagai produk sesuai kebutuhan anggota serta membantu perekonomian bagi anggota. (2) Penerapan strategi harga yang dilakukan BMT Sahara Tulungagung dan BMT UGT Nusantara Blitar sudah sesuai dengan kesepakatan bersama yang berkisar antara 2,5% - 2,7% tanpa memberatkan anggota dan tidak adanya tipu muslihat. (3) Penerapan strategi pada tempat sudah efektif dilakukan dengan menganalisis segmen pasar dan kondisi perekonomian di daerah masing-masing BMT.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Murabahah, Kualitas Pelayanan**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title “Marketing Strategy on Murabahah Financing in Improving the Quality of Service to Members at BMT Sahara and BMT UGT Nusantara Blitar” by Khairul Mustakim NIM. 12401193045. Islamic Banking Study Program, Department of Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung. Advisor Fia Rahma, M.S.A.*

*The background of this research is seen from the good development of members every year, especially in murabahah financing. The marketing strategy provides opportunities for BMT to further develop. BMT aims to improve the quality of economic business for the welfare of members, especially in micro communities. BMT also has a main function, namely as a medium for channeling funds or religious assets, such as zakat, infaq, alms and endowments, and functions as an institution engaged in productive investment, as befits a bank.*

*This study aims to: (1) To find out the product strategy on murabahah financing in improving the quality of service to members at BMT Sahara Tulungagung and BMT UGT Nusantara Blitar. (2) To find out the price strategy on murabahah financing in improving the quality of service to members at BMT Sahara Tulungagung and BMT UGT Nusantara Blitar. (3) To find out the strategic location of murabahah financing in improving the quality of service to members at BMT Sahara Tulungagung at BMT UGT Nusantara Blitar.*

*A method with a qualitative approach and a descriptive type is used to emphasize facts in the form of words. Data and data sources use primary data. With data collection techniques in the form of interviews, supported by observation and documentation. Data analysis techniques use data condensation, data presentation and conclusion. Checking the validity of the data in this study with technical triangulation.*

*The results of this study indicate that: (1) The product strategy used by BMT Sahara Tulungagung and BMT UGT Nusantara Blitar has been well implemented in developing and creating various products according to the needs of members and helping the economy for members. (2) The application of the price strategy by BMT Sahara Tulungagung and BMT UGT Nusantara Blitar is in accordance with the mutual agreement which ranges from 2.5% - 2.7% without burdening members and there is no deception. (3) Implementation of the strategy in place has been effectively carried out by analyzing market segments and economic conditions in each BMT area.*

***Keywords: Marketing Strategy, Murabahah Financing, Service Quality***