

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Pemasara Produk Pembiayaan Murabahah Dengan Sistem BBA di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung” ini ditulis oleh Irmadita Putri Bangsani, NIM 1741143173, pembimbing Binti Nur Asiyah, M.SI.

Penelitian ini di latar belakangnya upaya dalam mempertahankan eksistensi produk unggulan di tengah banyaknya BMT di Tulungagung. Maka dari itu setiap BMT harus memiliki strategi khusus dalam mempertahankan produknya khususnya produk pembiayaan. Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA di BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung ? (2) Kendala apa saja yang di hadapi BMT Sinar Amanah Boyolangu dalam memasarkan produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA ?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan jenis penelitian study kasus, dimana peneliti mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan, lembaga, maupun masyarakat yang diteliti melalui beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi metode Observasi, wawancara mendalam (*indept interview*) dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, penekiti menggunakan *analisis flow* model (model Alur), dengan tahap *data collection, editing, reduction, display, verifikasi, data konklusi*. Sedangkan untuk menguji keabsahan data penelitian ini dilakukan *trigulasi* dengan sumber.

Penelitian ini menghasilkan temuan berupa, (1) Implementasi strategi pemasaran produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA yang dilakukan BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung menggunakan strategi bauran pemasaran 7P. Dalam strategi pemasarannya BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung lebih mengutamakan promosi produk pembiayaan dengan cara menggandeng pendiri UKM-UKM serta silaturahmi kepada anggota. (2) Adapun kendala yang di hadapi BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung dalam memasarkan produk pembiayaan Murabahah dengan sistem BBA adalah Anggota kurang paham mengenai LKS seperti halnya BMT. Kurangnya pemahaman terhadap akad-akad yang ada di LKS. Kurangnya tenaga marketing dalam proses pemasarannya. Promosi melalui media cetak dan elektronik yang dilakukan belum berjalan aktif.

Kata kunci : strategi pemasaran, pembiayaan murabahah dengan sistem BBA

## ABSTRACT

A study entitled “Implementation of Murabahah Financing Product Marketing Strategy With BBA System in BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung” is written by Irmadita Putri Bangsani, NIM 1741143173, under the advisor Binti Nur Asiyah, M.SI.

This research is motivated by efforts to maintain the existence of excellent products in the middle of the number of BMT in Tulungagung. Therefore every BMT should have a special strategy in maintaining its products, especially financing products. The focus of research in this thesis is (1) How is the marketing strategy of Murabahah financing product with BBA system in BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung? (2) What are the constraints faced by BMT Sinar Amanah Boyolangu in marketing Murabahah financing products with BBA system?

This research uses descriptive qualitative approach. With this type of case study research, the researchers studied intensively about the background of the current state and the interaction of the environment, institutions, and communities that were examined through several data collection techniques. The data collection techniques in this study include observation methods, in-depth interviews (indept interview) and documentation. In analyzing the data, the researcher uses analysis flow model (Flow model), with collection data stage, editing, reduction, display, verification, conclusion data. While to test the validity of research data using triangulation with the source.

The result of this research is (1) Implementation of marketing strategy of Murabahah financing product with BBA system by BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung using 7P marketing mix strategy. In its marketing strategy BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung prefers the promotion of financing products by holding the founders of SMEs and hospitality to members. (2) The obstacles faced by BMT Sinar Amanah Boyolangu-Tulungagung in marketing Murabahah financing products with BBA system are less understood members about LKS as well as BMT. Lack of understanding of the existing contracts in the LKS. Lack of marketing personnel in the marketing process. Promotion through printed and electronic media has not been running actively.

Keywords: marketing strategy, murabahah financing with BBA system