

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Pemasaran Produk Simpanan untuk Pendidikan melalui Kerja Sama dengan Sekolah (Studi Kasus di *Baitul Maal wa Tamwil Permata Jawa Timur Mojokerto*)**” ini ditulis oleh Wahyu Eka Meganingrum, NIM. 1741143372, pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh BMT yang hadir dari semangat memberi manfaat kepada masyarakat. Sesuai dengan semangat yang diawali dengan pendiriannya sebagai BMT yang berbasis sekolah dengan ini BMT membuka produk Simpanan untuk Pendidikan sebagai biaya sekolah anak-anak. Fokus penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah (1) bagaimana cara BMT Permata Jawa Timur dalam memilih sekolah sebagai mitra kerja sama dalam pemasarannya? (2) apa saja bentuk-bentuk kerja samanya ? (3) apa manfaat kerja dari kerja sama itu ? (4) apa saja kendala yang dihadapi ? (5) apa saja solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala ?

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi, dan observasi. Penelitian ini menghasilkan temuan berupa (1) Cara BMT Permata memilih kerja sama dalam melakukan pemasarannya yaitu dengan memilih sekolah yang memiliki hubungan dengan BMT dan lokasinya dekat dengan BMT, bisa memberikan prospek bisnis yang besar bagi BMT (2) bentuk-bentuk kerja sama yang dilakukan BMT Permata Jawa Timur yaitu tabungan siswa, gaji guru, sponsorship, dan pembiayaan guru (3) manfaat kerja sama bagi BMT Permata Jawa Timur adalah memberikan potensi bisnis yang besar didapatkan oleh BMT, membantu pihak Yayasan Permata untuk membantu sistem penggajian, menambah relasi kerja sama. Manfaat yang diperoleh sekolah, terbantu dalam pengelolaan uang sekolah, meningkatkan branding sekolah. Manfaat yang didapatkan orang tua yaitu membantu orang tua untuk mempersiapkan dana sekolah, mengajarkan anak hidup hemat, dan rajin menabung.(4) kendala yang dihadapi oleh BMT Permata Jawa Timur secara internal yaitu sumber daya manusia yang tersedia kurang berkompeten, kurangnya jumlah SDM, promosi produk di BMT Permata belum maksimal, minat menabung siswa yang relatif rendah, kurangnya pemahaman masyarakat tentang BMT Permata Jawa Timur.

Kendala eksternal yaitu menanamkan kepercayaan kepada orang lain untuk menabung di BMT tidak mudah, melakukan pemasaran dengan pihak sekolah terkadang masih ditolak, BMT belum mempunyai LPS, tetapi setiap tahun ada proses audit, persaingan dengan Lembaga Keuangan sejenis. (5) solusi yang dilakukan oleh BMT Permata Jawa Timur secara internal yaitu pengadaan *controlling* dan pelatihan, dilakukan perekrutan karyawan, peningkatan promosi dimaksimalkan kembali, mensosialisasikan kepada siswa tentang manfaat menabung, dan mensosialisasikan tentang keberadaan BMT Permata Jawa Timur. Sedangkan secara eksternal yaitu memberikan kepercayaan kepada calon nasabah bahwa menabung di BMT itu aman, memberikan performance yang baik kepada calon mitra maupun mitra, bersedia untuk di audit secara eksternal, meningkatkan pelayanan dan menciptakan citra yang baik kepada nasabah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Simpanan untuk Pendidikan, Kerja Sama Sekolah

ABSTRACT

This thesis entitled “**Marketing Strategy Saving Product for Education through Cooperation with schools (Case Study in *Baitul Maal wa Tamwil Permata Jawa Timur Mojokerto*)**” was written by Wahyu Eka Meganinrum, NIM. 1741143372, mentors Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag.

The research is based on BMT that comes from the spirit of giving benefit to society. In accordance with the spirit that begins with its establishment as a BMT based school with this BMT open the product Savings for Education as the cost of school children. The focus of research in writing this thesis is (1) how to BMT Permata Jawa Timur in choosing a school as a partner in marketing cooperation? (2) what are the forms of cooperation? (3) what is working benefit of the cooperation? (4) what are the constraints faced? (5) what are the solutions to deal with constraints?

The research approach used by researchers is qualitative approach. Techniques of collecting by interview method, observation and documentation. This research produces findings in the form of (1) of the way BMT Permata chooses cooperation in doing marketing is by choosing a school that has a relationship with BMT and its location close to BMT, can provide a great business prospect for BMT (2) forms of cooperation conducted BMT Permata Jawa Timur student savings, teacher salaries, sponsorship, and teacher financing (3) the benefit of cooperation for BMT Permata Jawa Timur is to provide the great business potential obtained by BMT, helping the Foundation Permata to help the payroll system, adding cooperation relationship. Benefit obtained by school, assisted in the management of school fees, improve school branding. Benefits obtained by parents are helping parent to prepare school funds, teach children to live frugally, and diligent saving, (4) obstacles faced by BMT Permata Jawa Timur internally namely the available human resources are less competent, lack of human resources, product promotion in BMT Permata not yet maximal, interest in saving students relatively low, lack of understanding about BMT Permata Jawa Timur.

External constraints that impart trust to other to save in BMT is not easy, marketing with the school is sometimes still rejected, BMT not have LPS, but every year there is an audit process, competition with similar Financial Institutions. (5) solutions conducted by BMT Permata Jawa Timur internally namely the procurement of control and training, recruitment of employees, promotion enhancement is maximized again, socialize to students about the benefit of saving, and socialize about the existence of BMT Permata Jawa Timur. While externally that is to give confidence to prospective customers that save in BMT is safe, provide good performance to potential partners and partners, willing to be audited externally, improve services and create a good image to customers.

Keywords: Marketing Strategy, Savings for Education, School Cooperation.