

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Simpanan dan Penyaluran Pembiayaan pada Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung” ini ditulis oleh Nungki Fadila Harwinda, 1741143264, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE.,MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya peningkatan minat masyarakat dalam menginvestasikan dananya ke lembaga keuangan syariah, yang menjadikan lembaga keuangan syariah saling berkompetisi untuk menjadi pilihan para nasabah, dengan berbagai pilihan strategi pemasaran yang dinilai paling efektif untuk digunakan.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah bagaimana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan dalam pencapaian target simpanan, bagaimana implementasi strategi pemasaran yang diterapkan Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan dalam penyaluran pembiayaan, dan bagaimana solusi yang diterapkan Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan ketika terjadi masalah dalam pencapaian target simpanan dan penyaluran pembiayaan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam dan observasi. Penggalan data bersumber pada informan di BMT Pahlawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : *Pertama*, implementasi strategi pemasaran yang diterapkan untuk pencapaian target simpanan pada BMT Pahlawan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi 4P (*price, place, product, promotion*). *Kedua*, implementasi strategi pemasaran yang diterapkan untuk pencapaian penyaluran pembiayaan pada BMT Pahlawan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran yang meliputi 4P (*price, place, product, promotion*), *Ketiga*, Solusi yang diterapkan BMT Pahlawan ketika terjadi masalah dalam pencapaian target simpanan dan penyaluran pembiayaan adalah dengan melakukan evaluasi karyawan .

Kata kunci : Bauran Pemasaran, *price, place, promotion, product*

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "Implementation of Marketing Strategy in Achieving Target Savings and Distribution of Financing at Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung" was written by Nungki Fadila Harwinda, 1741143264, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, Tulungagung State Islamic Institute. Mentors Hj. Nur Aini Latifah, SE., MM.*

*This study is based on the increasing interest of the public in investing their funds to sharia financial institutions, which makes the Islamic financial institutions compete to be the choice of the customers, with a wide selection of marketing strategies that are considered most effective for use.*

*The formulation of the problem in this thesis research is how the implementation of marketing strategy applied by Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan in achieving the target of deposit, how the implementation of marketing strategy applied Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan in the distribution of financing, and how the solution applied Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan when happened problems in achieving target savings and financing disbursement.*

*The technique used in this research is qualitative research by using in-depth interview data collection and observation. Data mining comes from informants in BMT Pahlawan.*

*The results of research show that: First, the implementation of marketing strategy applied for the achievement of saving target on BMT Pahlawan is by using marketing mix which includes 4P (price, place, product, promotion). Second, the implementation of marketing strategy applied for the achievement of financing distribution on BMT Pahlawan is by using the marketing mix which includes 4P (price, place, product, promotion), Third, Solution applied BMT Pahlawan in case of problem in achieving the target of saving and distribution of financing is by conducting an employee evaluation.*

*Keywords : Marketing mix, price, place, promotion, product*