

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Di Lembaga Keuangan Syariah Mikro Gerai Muamalah Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo” ini ditulis oleh Nurlaili Masruroh, NIM. 1741143278, pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE. MM.

Fenomena kegiatan pemasaran yang terjadi di *LKS Mikro* Gerai Muamalah Pondok Pesantren Nurul Jadid ini memperlihatkan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan terlihat efektif untuk basik lembaga keuangan mikro, namun masih ada kekurangan (*minus*) yang terjadi pada LKS tersebut yakni adanya persoalan terkait pembiayaan bermasalah bagi nasabah walau dengan pelayanan yang sudah optimal dan maksimal. Fokus kajian penelitian skripsi ini adalah penerapan strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada lembaga keuangan syariah (LKS), Apa saja produk yang dilayani, dan yang terakhir apa yang menjadi produk unggulan dari LKS. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan Keuangan Syariah Mikro Gerai Muamalah Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

Adapun tujuan penelitian ini mendiskripsikan strategi bauran pemasaran, mendiskripsikan macam-macam produk jasa keuangan yang dilayani, dan mendiskripsikan produk unggulan yang diutamakan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam dan observasi. Penggalan data bersumber pada informan dan situasi sosial masyarakat Karanganyar dan Paiton. Hasil temuan yang diperoleh adalah bahwa: *Pertama*, penerapan strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran 4 P (*Product/produk, Price/harga, Place/tempat, Promotion/promosi*) yang dilihat dari segmentasi pasar, target pasar, serta posisi pasarnya yang kemudian dihubungkan dengan bauran pelanggan 4C. *Kedua*, produk yang dilayani terdiri dari produk utama, produk generik/usaha dan produk harapan. *Ketiga*, Produk unggulan dari LKS mikro Gerai Muamalah Nurul Jadid yaitu terdiri dari *Murabahah, Rahn* (Gadai Syariah), *Qord* (Pinjaman/Talangan Haji). Penerapan strategi marketing mix LKS Mikro Gerai Muamalah Nurul Jadid sudah diterapkan walaupun masih terdapat hal-hal yang perlu dibenahi kaitannya dengan kesadaran nasabah dalam hal pembiayaan terhadap produk-produknya.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*).

ABSTRACT

Thesis entitled "Marketing Strategy Analysis of Mixed Financial Institutions in Islamic Microfinance Muamalah Pondok Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo" was written by Nurlaili Masruroh, NIM. 1741143278, mentors. Hj. Nur Aini Latifah, SE. MM.

The phenomenon of marketing activities that occurred at LKS Mikro Gerai Muamalah Pondok Pesantren Nurul Jadid shows that marketing mix strategy performed effectively for micro finance institution, but there is still a shortage (minus) that happened on the LKS namely the problem related to problem financing for the customer even with the optimal service and maximum. The focus of this thesis research is the implementation of marketing mix (Mix) strategy on syariah financial institution (LKS), What are the products served, and the last what is the product of LKS unggulan. Therefore, this research raises the problem of how marketing mix strategy is done by Syariah Mikro Gerai Muamalah Pesantren Nurul Jadid Paiton Probolinggo.

The purpose of this study describes the marketing mix strategy, describe the various products of financial services served, and describe the preferred superior products. The techniques used in this study is qualitative research using data collection techniques primarily in-depth interviews and observations. Data mining comes from informants and social situations of Karanganyar and Paiton communities. The findings obtained are: First, the application of marketing strategy used is marketing mix 4 P (Product, Price, Place, Promotion) seen from market segmentation, target market, linked to 4C customer mix. Second, the products served consist of main products, generic products / business and product expectations. Third, excellent product from LKS mikro Gerai Muamalah Nurul Jadid that consists of Murabahah, Rahn (Pawn Syariah), Qord (Loan / Hajj). Implementation of marketing strategy mix LKS Mikro Muamalah Nurul Jadid has been implemented although there are still things that need to be addressed in relation to customer awareness in terms of financing of its products.

Keyword: Marketing Mix.