

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Produk Simpanan *Mudharabah* Berjangka dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di *Baitul Maal Wa Tamwil* Usaha Gabungan Terpadu Sidogiri Sukorejo Blitar” ini ditulis oleh Siti Aminatul Farida, NIM 1741143331, pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan ketat antar lembaga keuangan baik itu syariah maupun konvensional yang mana dapat diketahui bahwa sekarang ini banyak lembaga keuangan yang sering bermunculan, maka dari itu BMT-UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar berusaha untuk mempertahankan posisinya agar tetap bisa berdiri kokoh meskipun banyak persaingan dengan cara meningkatkan volume penjualan produknya melalui strategi pemasaran yang berorientasi pada segmen pasar. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui bagaimana strategipemasaran produk simpanan mudharabah berjangka di BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar (2) mengetahui kendala-kendala apa saja yang dihadapi BMT UGT Sidogiri dalam pemasarannya.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, lokasi penelitian di BMT UGT Sidogiri Sukorejo Blitar. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan karyawan BMT-UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar, dan sekunder. Teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun data yang terkumpul dianalisis melalui (1) Reduksi Data, (2) Penyajian Data, (3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran yang digunakan BMT-UGT Sidogiri Cabang Sukorejo Blitar dalam memasarkan produk simpanan mudharabah berjangka menggunakan bauran pemasaran yaitu: produk, harga, tempat, dan promosi, dengan bauran pemasaran tersebut dapat mempengaruhi dalam peningkatan jumlah nasabah. (2) kendala-kendala yang dihadapi dalam pemasarannya meliputi: pesaing antar koperasi baik itu syariah maupun konvensional, kurangnya pengetahuan/pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap sistem syariah, dan minat calon nasabah terhadap produk haji dan umroh yang masih kurang.

Kata Kunci:Strategi Bauran Pemasaran, Simpanan *Mudharabah* Berjangka, Peningkatan Jumlah Nasabah

ABSTRACT

Thesis with the title " MarketingMix Strategy of Mudharabah Deposit Product Futures in Increasing Number of Customers In BaitulMaalWaTamwil Integrated Joint Venture SidogiriSukorejoBlitar"was written by SitiAminatul Farida, ID 1741143331, advisor Dr. AgusEkoSujianto, SE., MM.

This research is motivated by the existence of fierce competition between financial institutions, both sharia and conventional, where it can be seen that nowadays many financial institutions often appear, therefore BMT-UGT Sidogiri Branch SukorejoBlitar tries to maintain its position so that it can still stand firm even though a lot of competition by increasing the volume of product sales through segments market-oriented marketing strategies. This study aims to: (1) find out how the marketing strategy of mudharabah deposit products in BMT UGT SidogiriSukorejoBlitar (2) to find out what constraints faced by MBT-UGT SidogiriSukorejoBlitar.

This research uses qualitative approach method with case study research type, research location in BMT UGT SidogiriSukorejoBlitar. The data used in this study is the primary data obtained from interviews with employees BMT-UGT SidogiriSukorejoBlitar Branch. Data collection techniques use observation, interviews and documentation. The data collected were analyzed through (1) Data Reduction, (2) Data Presentation, (3) Conclusion Withdrawal and Verification.

The results showed that: (1) the marketing strategy used by BMT-UGT Sidogiri Branch of SukorejoBlitar in marketing mudharabah futures deposits using the marketing mix, namely: products, prices, places, and promotions, with the marketing mix can affect the increase in the number of customers. (2) the constraints faced in marketing include: competitors between cooperatives, both sharia and conventional, lack of knowledge / understanding of the community that is still low on the sharia system, and the interest of prospective customers in the lack of Hajj and Umrah products.

Keywords:*Marketing Mix Strategy, Mudharabah Time Deposits, Increased Number Of Customers*