

ABSTRAK

Muhammad Syauqy Abrari. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Modal Usaha Menggunakan Akad Mudharabah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.* Tugas Akhir, Program Studi Diploma III Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, BMT, Akad Mudharabah, Murabahah*

Penelitian ini bertolak dari fungsi lembaga koperasi, yaitu salah satunya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk modal usaha barokah dengan akad *Mudharabah/musyarakah* pada BMT UGT Sidogiri kantor Cabang Banjarmasin dan mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk modal usaha barokah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara serta pengkajian dari data-data yang diperoleh kemudian akan dianalisis dan menghasilkan sebuah kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT UGT Sidogiri kantor Cabang Banjarmasin telah menerapkan strategi pemasaran dengan baik dan benar terhadap produk Modal usaha barokah Selain itu penelitian ini menjelaskan mengenai ketertarikan antara tahapan-tahapan strategi pemasaran dengan penerapan strategi pemasaran pada BMT UGT kantor Sidogiri Cabang Banjarmasin. Kemudian produk ini membantu nasabah dalam pembiayaan modal usaha.

Menngeni produk modal usaha barokah, produk modal usaha barokah adalah yang melayani anggota dalam bentuk pembiayaan,