

ABSTRAK

Rusdiyansyah. 2021. Strategi Pemasaran Produk Simpanan *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) UGT Sidogiri Banjarbaru Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Koperasi BMT

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masyarakat yang berkeinginan untuk menabung tetapi mereka tidak sempat menabung karena kesibukan mereka dalam bekerja sehingga, BMT UGT Sidogiri Banjarbaru perlu mencari strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah di kalangan masyarakat yang sekarang semakin konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan BMT UGT Sidogiri meningkatkan jumlah nasabah, dan kendala apa saja yang dihadapi strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan melalui wawancara mendalam, dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai kesimpulan. Penyedia informasi untuk penelitian ini adalah Kepala Cabang BMT UGT Sidogiri Banjarbaru.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah oleh BMT UGT Sidogiri Banjarbaru dengan membidik pasar (karena posisi antara BMT dengan pasar yang berdekatan). Strategi pemasaran ini termasuk dalam bauran pemasaran yang meliputi pemasangan iklan dengan mendistribusikan brosur dan menerapkan layanan antar jemput atau yang sering disebut dengan layanan jemput bola yang memudahkan pelanggan dalam bertransaksi. Kendala dalam strategi pemasaran ini adalah persaingan antara koperasi dan keterbatasan waktu serta sumber daya internal manusia.

Dari hasil yang telah didapatkan diharapkan bisa memberikan gambaran kepada penelitian selanjutnya untuk menggunakan intuisi yang lebih terperinci terhadap objek dan rumusan masalah yang di angkat agar memberikan hasil yang lebih maksimal pada penelitian.