

## ABSTRAK

**Bobby Setiawan.** 2020. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Umum Syariah Dengan Akad Mudharabah Musytarakah Pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin.* Tugas Akhir, Program Studi Diploma III Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. : (I) Fahrudin, S.Ab.,ME, (II)\_Sri Winarsih, SE.,MM

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Tabungan Umum Syariah.

Penelitian ini bertolak dari fungsi lembaga keuangan yaitu BMT atau *Baitul maal wa Tamwil*, yaitu salah satunya dengan menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan umum syariah. Dimana penghimpunan dana ini disertai dengan persyaratan yang sudah ada, fungsi dari penghimpunan dana ini adalah untuk menyimpan dana masyarakat dan agar dapat disalurkan dengan pembiayaan yang telah ada pada BMT UGT Sidogiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan umum syariah dengan akad *Mudharabah Musytarakah* pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin dan mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk tabungan umum syariah. 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 Cabang Banjarmasin telah menerapkan strategi pemasaran dengan baik dan benar terhadap produk tabungan umum syariah yang memiliki risiko cukup tinggi. Selain itu penelitian menjelaskan mengenai ketertarikan antara tahapan-tahapan strategi pemasaran dengan penerapan strategi pemasaran pada BMT UGT Sidogiri Cabang Banjarmasin. Kemudian produk ini dijadikan alternatif dalam produk simpanan bagi nasabah yang ingin menabung.