

ABSTRAK

Arinda Yanasari, 2020, Upaya Meningkatkan Keunggulan Produk Dalam Bersaing Pada Bmt Ugt Nusantara

Kata Kunci: Keunggulan, Produk, Bersaing.

Kemunculan para rentenir yang begitu banyak dan sangat kreatif dalam menarik nasabah dengan memberikan pinjaman begitu mudah tanpa syarat yang merepotkan bagi nasabah, hal ini membuat BMT UGT NUSANTARA harus jeli dalam membaca peluang sekecil apapun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bagaimana Upaya Meningkatkan Keunggulan produk Dalam Bersaing Pada BMT UGT NUSANTARA.

Analisa data pada penelitian ini deskriptif, penelitian deskriptif ditunjukkan untuk memaparkan dan menggambarkan serta memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu.

Melalui analisis deskriptif kualitatif, penelitian ini menghasilkan temuan-temuan sebagai berikut Strategi bersaing produk yang diterapkan BMT UGT NUSANTARA dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah sebagai berikut: Produk yang ditawarkan BMT UGT NUSANTARA tidak ada tambahan biaya administrasi perbulan. BMT UGT NUSANTARA mengajak dan membimbing anggota dari sistem riba ke sistem syariah melalui produk pembiayaan yang dimiliki. Menciptakan produk yang tidak dimiliki oleh BMT lain seperti ATM . Nisbah bagi hasil tabungan tinggi, untuk bulanan 2,5% dan untuk musiman 3%. Persyaratan pembukaan dan penutupan tabungan mudah, biaya penutupan tabungan sebesar Rp. 10.000. Adanya undian hadiah pada semua produk. Strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dengan melakukan promosi. Tempat yang strategis, produk dan bagi hasil, dan cara pelayanan. dan berusaha menarik calon nasabah yang baru

ABSTRACT

Arinda Yanasari (2020) conducted a study titled "Efforts to Improve Product Excellence in Competing at BMT UGT Nusantara."

Keywords: Excellence, Product, Competition.

The emergence of many loan sharks who are highly creative in attracting customers by offering loans very easily without cumbersome requirements for customers, compels BMT UGT Nusantara to be astute in seizing even the smallest opportunities. This research aims to understand the Efforts to Improve Product Excellence in Competing at BMT UGT Nusantara. The data analysis in this research is descriptive, descriptive research is intended to present and describe as well as map facts based on a specific perspective or framework of thinking. Through qualitative descriptive analysis, this research yields the following findings on the product competitiveness strategies implemented by BMT UGT Nusantara in increasing the number of customers: The products offered by BMT UGT Nusantara do not have additional monthly administrative fees. BMT UGT Nusantara invites and guides members from usury systems to Sharia systems through its financing products. Creating products that are not owned by other BMTs such as ATMs. Profit-sharing ratios for savings are high, at 2.5% monthly and 3% for seasonal savings. Easy requirements for opening and closing savings accounts, with a closing fee of Rp. 10,000. Prize drawings are available for all products. Strategies for increasing the number of customers include promotion, strategic location, products and profit-sharing, and service approach. Additionally, efforts are made to attract new potential customers.