

## ABSTRAK

Rustantina, 2020 “Strategi Marketing Tabungan SIAGA Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Anggota di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan”, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing Moch. Cholid Wardi, M.H.I

**Kata Kunci:** *Strategi Marketing, Tabungan SIAGA*

KSPPS BMT NU Cabang Galis merupakan lembaga keuangan syariah yang menyediakan berbagai produk simpanan dan pembiayaan. Salah satu produk simpanan di KSPPS BMT NU Cabang Galis adalah Tabungan SIAGA. Tabungan SIAGA adalah Tabungan yang di sediakan bagi Calon anggota yang berminat menabung sekaligus menjadi pemilik saham di KSPPS BMT NU Cabang Galis dengan bagi hasil sebesar 70%.

Tabungan SIAGA ini merupakan tabungan pokok di KSPPS BMT NU Cabang Galis, dengan demikian maka perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar supaya produk tabungan SIAGA bisa diminati oleh masyarakat dan tidak kalah bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Tujuan dari penelitian ini yaitu: pertama, untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan. Kedua untuk mengetahui apa saja hambatan-hambatan yang di alami oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk tabungan SIAGA, ketiga solusi yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif yaitu data yang di kumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Sumber data yang di gunakan adalah sumber data primer dan sekunder dengan prosedur pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu, *marketing funding* dan kepala cabang dan Anggota tabungan SIAGA KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran tabungan SIAGA di KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yaitu dengan cara penyebaran brosur, Banner, internet seperti media sosial (facebook, whatsapp) dan *marketing* datang langsung ke lapangan dengan menjelaskan kepada masyarakat tentang tabungan ini, serta juga mendatangi kelompok koloman atau muslimatan dan melakukan sosialisasi di sana. Selain dari strategi yang telah disebutkan KSPPS BMT NU Cabang Galis juga menerapkan segmentasi pasar, dan posisi pasar serta juga menerapkan Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang meliputi, *product, place, price, promotion*, Adapun hambatan yang dialami oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan yaitu, karena banyaknya pesaing, kurangnya kesadaran dari masyarakat untuk menabung, dan kurangnya inovasi untuk produk di KSPPS BMT NU Cabang Galis. Adapun juga solusi yang di lakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis men ciptakan inovasi baru seperti memberikan reward kepada penabung, agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, membagi waktu marketing untuk memasarkan produk tabungan SIAGA di sini agar masyarakat mengetahui keberadaanya.

