

ABSTRAK

Ijah Yanti, 2020, *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Anggota pada Produk Pembiayaan Gadai Syariah di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pakong*, Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura.

Pembimbing :H. Mohammad Bashri Asyari, MA.

Kata Kunci : *strategi pemasaran, gadai Syariah, KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pakong*

KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pakong merupakan lembaga keuangan syariah yang salah satu produk unggulannya yaitu produk pembiayaan gadai syariah. Dengan adanya produk gadai syariah ini diharapkan menjadi alternatif masyarakat untuk memenuhi kebutuhan yang mendesak dengan menggadaikan barangnya, tentunya untuk bisa menarik minat masyarakat pada produk pembiayaan gadai syariah yaitu dengan strategi pemasaran. berdasarkan hal tersebut, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk pembiayaan gadai syariah dan apa faktor pendukung dan penghambat dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk pembiayaan gadai syariah di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang pakong.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dan digambarkan secara menyeluruh. Untuk analisisnya menggunakan non statistik. Sumber data penelitian yang digunakan yaitu sumber data manusia (sumber data primer) dan sumber data non manusia (sumber data sekunder).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sebelum melakukan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota pada produk pembiayaan gadai syariah di KSPP SYARIAH BMT NU Cabang pakong terlebih dahulu melakukan pengamatan pasar yang dilakukan melalui segmentasi pasar yaitu berdasarkan profesi,sifat musiman/jangka panjang, dan wilayahnya, target pasarnya yaitu pedagang dan untuk posisi pasar yaitu harus memposisikan dirinya dengan memperkenalkan produk unggulan. Selanjutnya KSPP SYARIAH BMT NU Cabang pakong menjalankan strategi pemasaran dengan menerapkan 4 variabel di bauran pemasaran ialah *pertama* produk yaitu dengan memperkenalkan produk unggulan yakni pembiayaan gadaisyariah,*kedua* harga yaitu dengan menerapkan sistem syariah,*ketiga* tempat yaitu dengan memilih tempat yang strategis yang bisa dijangkau anggota baik roda dua maupun empat, dan *keempat* promosi yaitu dilakukan dengan perorangan, sosialisasi dan dengan cara periklanan seperti brosur, souvenir, dll.Untuk faktor pendukung bagi KSPP SYARIAH BMT NU Cabang pakong yaitu jasanya lebih murah bagi mitra yang sudah berulang-ulang melakukan transaksi pembiayaan karena bisa melakukan pencairan di rumah, mulai dari proses awal sampai akhir dan faktor penghambat untuk KSPP SYARIAH BMT NU Cabang Pakong itu datang dari anggota itu sendiri yang mengakibatkan lamanya pencairan bagi anggota.