

ABSTRAK

Rahma Purwati, 2020, *Strategi Pemasaran Pembiayaan Ijarah* di KSPPS BTM SANG SURYA Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : Dr. Putri Alfia Halida. Lc. M. Th.I

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Ijarah*

KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan merupakan lembaga keuangan yang dalam kegiatan operasionalnya maupun produk bisnisnya dikembangkan dengan berlandaskan pada prinsip syariat Islam. Salah satu produknya yaitu pembiayaan *Ijarah*. Pembiayaan *Ijarah* adalah akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa (*Ijarah*), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa (*mu'ajjir*) dengan penyewa (*musta'jir*) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri. *Ijarah* ini produk pinjaman khusus modal usaha dari pemerintah untuk sektor umkm. Hal utama yang mendasari perlu adanya strategi pemasaran yaitu karena meminimalisir terjadinya kesalahan ketika melakukan penawaran terhadap nasabah yang bersangkutan.

Dua permasalahan yang menjadi pokok kajian dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana strategi pemasaran pembiayaan *Ijarah* di KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan; *kedua*, bagaimana efektifitas KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan dalam melakukan pemasaran pembiayaan *Ijarah*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah *Direktur, Marketing Ijarah* dan nasabah di KSPPS BTM Sang Surya pamekasan.

Penelitian ini menghasilkan temuan: Pertama, strategi pemasaran yang digunakan dalam pembiayaan *ijarah* ini adalah dengan cara mengunjungi atau silaturahmi kepada masyarakat, adapun target pasar yaitu masyarakat yang membutuhkan dana serta mengutamakan keunggulan produk yaitu berbasis syariah. Kedua, pemasaran pembiayaan *ijarah* yang dilakukan oleh KSPPS BTM Sang Surya Pamekasan dinilai efektif karena setiap tahun selalu terjadi peningkatan anggota walaupun meningkatnya cenderung fluktuatif, kemudian dengan memberikan pelayanan yang optimal dan totalitas terhadap nasabah.