

ABSTRAK

Sitti Rukmana, 2020, Upaya Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pengguna Tabungan Qurban di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan, Skripsi, Program Studi Pebankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. H. Nashar. M.M., M.Si

Kata Kunci: *Pemasaran, Tabungan Qurban*

Selain lembaga keuangan syariah, koperasi saat ini mempunyai peran yang sangat penting dalam kalangan masyarakat awam. Seperti KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat. KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan memiliki tujuan dalam pemasarannya yaitu salah satunya dalam melakukan manajemen pemasaran yang menggunakan segmentasi pasar, target pasar serta posisi pasar.

Produk tabungan Qurban merupakan salah satu produk yang cukup diminati oleh masyarakat, karena dengan adanya produk tabungan qurban sangat membantu masyarakat untuk menabung. Tentunya sangat besar juga keinginan masyarakat dalam melakukan tabungan qurban. Tujuan adanya tabungan qurban adalah untuk mempermudah dan meningkatkan masyarakat atau anggota untuk menabung di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan.

Peneliti ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah kepala cabang, karyawan, dan nasabah. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, dan analisis data.

Hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa : Manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pengguna produk tabungan qurban di KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera Pamekasan pihak lembaga melakukan a). pengamatan pasar yang melalui segmentasi pasar, target pasar serta posisi pasar b). Perencanaan yang dilakukan KSPPS Darul Hikmah Mitra Sejahtera sudah meningkatkan jumlah pengguna produk tabungan qurban. kendala terkait manajemen pemasaran a). Kurangnya kesadaran masyarakat dalam bahaya riba b). Begitu banyaknya pesaing antara BMT, dan masih terbatasnya media cetak dan elektronik yang tersedia.