

## ABSTRAK

Rif'atul Hasanah Sudyanto, 2021, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk pembiayaan Qardhul Hasan Di KSPP Syariah BMT NU Ganding Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN Madura), Dosen Pembimbing: Taufikkurrahman, M. H.

**Kata kunci :** *Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan Qardhul Hasan*

Dalam meningkatkan jumlah anggota, lembaga keuangan tidak lepas dari yang namanya strategi pemasaran. Salah satunya dengan mengandalkan salah satu produk yang dominan paling diminati oleh anggota dan mampu mewujudkan harapan lembaga terkait peningkatan jumlah anggota. Hal ini tentunya harus berbeda dengan strategi pemasaran lembaga keuangan lain yang berada disekitarnya. Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama* bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk pembiayaan qardhul hasan, *kedua* apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh BMT dalam memasarkan produknya dan bagaimana mengatasi kendala tersebut, *ketiga* bagaimana teknik mitigasi risiko kredit pada pembiayaan qardhul hasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informasinya adalah kepala cabang BMT NU Ganding Sumenep, bagian pembiayaan, serta nasabah pembiayaan qardhul hasan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan keikutsertaan, triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama* strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT NU Ganding Sumenep dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu memanfaatkan anggota yang sudah bergabung untuk mencari link atau arahan mendapatkan anggota lebih banyak, bekerja sama dengan devisi tabungan untuk mempromosikan prduk, dan yang terakhir yaitu berbondong-bondong terjun langsung kepada masyarakat dengan target yaitu perkumpulan orang-orang seperti muslimatan, lembaga, serta daerah pedesaan. *Kedua* kendala yang dihadapi oleh BMT NU Ganding Sumenep yaitu banyaknya saingan dari lembaga lain yang saat ini di Ganding itu sendiri semakin banyak lembaga keuangan baru. Cara mengatasi kendala tersebut yaitu dengan memunculkan strategi pemasaran yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya salah satu yang membedakan yaitu pinjaman berbasis kelompok dengan akad qardhul hasan. *Ketiga* upaya mengatasi risiko kredit yaitu memahami karakter mitra pembiayaan qardhul hasan itu sendiri terlebih dahulu, siapa orang-orang yang disegani oleh mitra tersebut, menganjurkan untuk setiap mitra pembiayaan qardhul hasan agar menabung setiap hari dengan cara devisi tabungan dari BMT NU menjemput ke rumah anggota masing-masing. Hal ini dilakukan agar apabila anggota tidak membayar atau lari dari tanggung jawab, maka hasil tabungannya yang akan digunakan untuk membayar pembiayaan yang dilakukannya