

ABSTRAK

Moh Syahri, 2021, Strategi Pemasaran Pembiayaan Modal Usaha Bagi UMKM Di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palduding Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Ah. Shibghatullah Mujaddidi, S.E.I, M.A

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Pembiayaan Modal Usaha Bagi UMKM

KSPPS Nuri Jatim Cabang Palduding adalah koperasi yang bergerak dalam bidang memberikan pembiayaan kepada masyarakat salah satunya adalah produk pembiayaan modal usaha bagi UMKM di KSPPS Nuri Jatim Cabang Palduding . pembiayaan ini merupakan merupakan pembiayaan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan dari tahun 2018 sampai tahun 2020. Dengan peningkatan tersebut maka tentunya KSPPS Nuri mempunyai strategi pemasaran yang bisa menarik anggota-anggota baru. Maka dengan itu dalam memasarkan produknya tersebut diperlukan suatu strategi pemasaran untuk menarik anggota salah satunya yaitu dengan strategi pemasaran marketing mix (*product, price, place, promotion*) pada produk pembiayaan modal usaha bagi umkm. Maka berdasarkan konteks diatas yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah : 1), bagaimana Strategi Pemasaran Marketing Mix Dalam Pembiayaan Modal Usaha Bagi UMKM Yang Diterapkan Oleh KSPPS Nuri Jatim cabang Palduding, 2), Bagaimana Dampak Strategi Pemasaran Pembiayaan Modal Usaha Bagi UMKM Terhadap Peningkatan Anggota Di KSPPS Nuri Jatim cabang Palduding

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang dalam hal ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pembiayaan modal usaha bagi UMKM di KSPPS Nuri Jatim cabang Palduding pada produk pembiayaan modal usaha yaitu menggunakan strategi marketing mix meliputi *product*, produk yang mampu memberikan modal bagi pelaku ukm yang tidak ribe dan mudah administrasi, *price*, dengan harga yang menggunakan teknik bagi hasil akan membuat masyarakat bisa menerima karena penerapannya sesuai dengan prinsip islam, *place*, tempat yang strategis akan membuat pangsa pasar lebih luas karena dengan mudahnya tempat untuk di akses, *promotion*, teknik promosi yang dilakukan adalah dengan cara mendatangi langsung pihak anggota. Dampak dari strategi pemasaran pembiayaan modal usaha bagi umkm adalah dinilai berhasil. Hal ini terbukti dengan selalu meningkatnya jumlah anggota dari tahun ketahun yakni dari tahun 2018 sampai 2020 secara signifikan dan juga dengan adanya respon yang baik dari para anggota pembiayaan modal usaha