

ABSTRAK

Rika Wahyuni, 2022, *Strategi Pemasaran Pada Tabungan Mudharabah (Tabah) di BMT NU Cabang Manding Sumenep*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Dr. Eko Ariwidodo, M.Phil.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pelayanan Prima, *Baitul Maal waa tamwil*.

Pertumbuhan pesat perbankan syariah baik di Indonesia maupun di dunia mendorong lahirnya inisiatif-inisiatif strategis; mulai kebijakan untuk penerapan profesionalisme dibidang syariah hingga penerapan prinsip-prinsip syariah di dunia perbankan. Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah, dimana BMT NU dipercaya lebih mempunyai peluang untuk berkembang dan maju dibandingkan dengan lembaga keuangan lain yang beroperasi secara konvensional. Meskipun untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan usaha kerja keras untuk mewujudkannya. Namun, disamping itu BMT NU Cabang Manding Sumenep harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat dan efektif agar ekspektasi konsumen terpenuhi dan merasakan kepuasan dalam menggunakan produk.

Fokus penelitian dari penelitian ini yaitu yang pertama “Bagaimana strategi pemasaran dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (tabah) yang dilakukan BMT NU Cabang Manding Sumenep, yang kedua “Bagaimana implementasi pelayanan prima di BMT NU Cabang Manding Sumenep”

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu teknik data dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Sumber data berupa sumber data primer dan data sekunder dengan prosedur pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini yaitu: kepala cabang, bagian Tabungan, Staff Layanan & Admin, dan beberapa anggota tabungan *mudharabah* (tabah).

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran pada tabungan *mudharabah* (tabah) di BMT NU Cabang Manding Sumenep menggunakan Bauran Pemasaran 7P & 1S Yaitu *Product, Price, Place, Promotion, people, physical evidence, dan process* yang ditambahkan dengan 1S yaitu *Service Excellence*. Dimana dengan tehnik bauran pemasaran ini pihak BMT NU Cabang Manding memasarkan dan mempromosikan tabungan *mudharabah* nya melalui penyebaran brosur, dengan melakukan door to door ke rumah rumah, atau instansi-instansi dan juga adanya sistem pelayanan dikantor dan sistem pelayanan antar jemput bola yang dapat memudahkan transaksi anggota. Karena pelayanan dan menjalin hubungan yang baik dengan anggota merupakan interaksi antara pegawai/pekerja perusahaan dengan masyarakat di luar adalah kunci keberhasilan suatu tujuan perusahaan, apabila anggota puas maka anggota pun loyal.