

## ABSTRAK

Mila Waskiyah, 2022, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Anggota Produk Pembiayaan Rahn (Gadai) di KSPP. Syariah BMT NU (Nuansa Umat) Cabang Tlanakan Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Dr. Sakinah, MEI.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat Anggota dan Produk Pembiayaan Rahn (Gadai).**

KSPP Syariah BMT NU (Nuansa Umat) merupakan lembaga keuangan mikro syariah lahir berangkat dari sebuah keprihatinan atas kondisi masyarakat Sumenep pada umumnya dan masyarakat Gapura pada khususnya. Perkembangannya terus mengalami kemajuan, maka dari itu untuk tetap mempertahankan eksistensi yang baik memerlukan strategi untuk bersaing dengan lembaga keuangan mikro syariah yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota produk pembiayaan *Rahn* (Gadai) di KSPP. Syariah BMT NU (Nuansa Umat) Cabang Tlanakan Pamekasan, untuk mengetahui apa kendala yang dihadapi dan upaya yang dilakukan KSPPS. Syariah BMT NU (Nuansa Umat) Cabang Tlanakan Pamekasan dalam menerapkan strategi tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data melalui empat alur: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pengecekan keabsahan data melalui tiga teknik: perpanjangan kekikutsertaan, ketekunan pengamat, serta triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan minat anggota produk pembiayaan *Rahn* (Gadai) yang digunakan di KSPP. Syariah BMT NU (Nuansa Umat) Cabang Tlanakan adalah *personal selling* (penjualan tatap muka) dengan menggunakan pendekatan persuasif, kendala yang dihadapi adalah adanya kompetitor lain yang juga memasarkan produk pembiayaan *rahn* (gadai), minimnya pengetahuan masyarakat, dan wilayah pemasaran yang sulit dijangkau. Adapun upaya yang dilakukan adalah memiliki SDM yang cakap dan berkualitas, berlabel syariah, dan memperluas wilayah pemasaran.