

ABSTRAK

Nurul Khairi Iqbalil Fajri, 2021, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Produk Tabungan Ukhrawi Di BMT NU Cabang Kadur Pamekasan*, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Progam Studi Perbankan Syariah, Pembimbing: Dr. H. Zainal Abidin, M.EI

Kata Kunci: *BMT Kadur, Cabang Kadur, Strategi Pemasaran, Tabungan Ukhrowi*

Salah satu produk BMT Kadur adalah tabungan Ukhrowi. Tabungan Ukhrowi adalah tabungan sekaligus beramal tanpa kehilangan uang tabungan, karena bagi hasil tabungan anda di sedekahkan kepada fakir miskin dan anak yatim piatu. Menggunakan akad mudlarabah muthlaqah dengan Setoran Awal Rp.25.000,- dan selanjutnya minimal Rp. 5.000,- dengan bagi hasil 50 %. Layanan tabungan ukhrawi saat ini masih belum dikenal banyak oleh masyarakat Kadur karena masyarakat beranggapan bahwa tabungan adalah menyimpan uang dan dapat mengambil sewaktu-waktu jika dibutuhkan.

Penelitian ini memfokuskan pada strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk tabungan ukhrawi di BMT NU cabang Kadur Pamekasan dan faktor apa saja yang menjadi kendala dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk tabungan ukhrawi di BMT NU cabang Kadur Pamekasan?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengerahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk tabungan ukhrawi di BMT NU cabang Kadur Pamekasan dan untuk mengetahui faktor yang menjadi kendala dalam meningkatkan jumlah anggota pada produk tabungan ukhrawi di BMT NU cabang Kadur Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yaitu, metode analisis deskriptif. Lokasi penelitian ini adalah BMT Cabang Kadur yang berada di Desa Kadur Kabupaten Pamekasan. Dalam penelitian kualitatif ini proses pengumpulan data dilakukan melalui, *interview/wawancara*, pengamatan/observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BMT Cabang Kadur dalam meningkatkan jumlah nasabah menggunakan strategi *Marketing Mix* yaitu *Price*, *Place* dan *Promotion*. Strategi yang paling efektif digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu dalam bentuk *promotion*, proses ini sangat efektif yang digunakan BMT Cabang Kadur dibandingkan dengan *produk*, *place*, dan *price*, sehingga dapat disimpulkan pendekatan *promotion* sangatlah berpengaruh untuk menarik minat nasabah. Kendala yang dihadapi dalam melakukan startegi pemasaran diantaranya adalah informasi yang disampaikan pada saat promosi produk masih mengalami kesulitan karena istilah tabungan ukhrawi masih sangat awam dan banyak istilah yang belum familier bagi masyarakat desa. Kendala yang dihadapi BMT Kadur dalam perluasan pangsa pasar adalah perasaan tidak nyaman karena seperti mencaplok daerah pangsa pasar BMT lainnya Rendahnya kompetensi nasabah dalam pengurusan menjadi nasabah BMT.