

ABSTRAK

Rahmatul Fajariyah, 2021, *Strategi Pemasaran Jemput Bola Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah (TABAH) di BMT NU cabang Tambelangan Sampang*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing Moch. Cholid Wardi, M.H.I.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jemput Bola, Tabungan Mudharabah

Pemasaran merupakan kegiatan penting yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan dan memperluas pangsa pasarnya. Oleh karena itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah BMT NU Cabang Tambelangan menerapkan strategi pemasaran jemput bola pada produk Tabungan *Mudharabah*. Tabungan *Mudharabah* merupakan produk yang jumlah anggota/nasabah paling banyak diantara produk tabungan yang lain. Oleh karena itu, pihak BMT NU Cabang Tambelangan menjadikan produk ini sebagai objek dalam penerapan strategi jemput bola yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan tersebut.

Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan dan hambatan apa saja yang dihadapi oleh pihak bank terkait dengan diterapkannya strategi pemasaran jemput bola pada Tabungan Mudharabah (TABAH); serta upaya mereka dalam memaksimalkan strategi pemasaran jemput bola tersebut sebagai alat yang digunakan dalam proses peningkatan jumlah nasabah Tabungan Mudharabah (TABAH) di BMT NU cabang Tambelangan Sampang.

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 tahapan; pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengecekan keabsahan data melalui dua teknik; ketekunan pengamatan dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan BMT NU cabang Tambelangan Sampang dalam upaya peningkatan jumlah nasabah yaitu menerapkan strategi pemasaran jemput bola dengan cara melakukan pendekatan langsung kepada para anggota maupun calon anggota dan melakukan penawaran secara intensif agar menggunakan produk Tabungan *Mudharabah* serta melakukan strategi STP (Segmenting, Targeting dan Positioning) sebelum menerapkan strategi pemasaran jemput bola. Strategi pemasaran jemput bola yang diterapkan di BMT NU cabang Tambelangan Sampang pada produk Tabungan *Mudharabah* dapat dikatakan efektif.