

ABSTRAK

Berliana Aprilianti, 2023, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) DI KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN).*

Kata Kunci : *Strategi pemasaran. Tabungan mudharabah*

Strategi pemasaran merupakan rencana suatu lembaga untuk bisa memperkenalkan sebuah produk seluas mungkin guna mencapai target dan peluang untuk mengembangkan dan mencapai tujuan peningkatan minat terhadap nasabah. Dalam memasarkan produk sudah harus merancang apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh calon nasabah maka disamping itu KSPPS BMT NU Cabang Galis menciptakan strategi pemasaran yang bagus dalam mempromosikan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pertama, strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (TABAH) di KSPPS BMT NU Cabang Galis pamekasan. Kedua, efektivitas strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis Pamekasan dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (TABAH).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat descriptive dan mengumpulkan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini diawali dengan proses observasi, mengumpulkan data berdasarkan wawancara dan fakta di lapangan, serta dokumentasi untuk melengkapi dan memberikan informasi dalam proses penelitian. Adapun analisis datanya menggunakan reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan. Sedangkan untuk menguji keabsahan datanya menggunakan Triangulasi Sumber yaitu memeriksa data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertama, strategi yang digunakan dalam memasarkan produk TABAH yaitu mendatangi nasabah potensial, dan memasarkan tabungan tabah di kalangan menengah seperti pelaku UMKM, media yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan mudharabah (TABAH) yaitu secara door to door, melalui website, facebook, whatsapp, instagram, dan juga dengan cara silaturahmi. Kedua, efektivitas pada strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Galis dinilai efektif dan berhasil, hal ini karena jumlah nasabah pengguna produk tabah selama 6 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya.