

ABSTRAK

Yoga Prasetya, 2023, Implementasi Strategi Pemasaran Pada Tabungan Sajadah Dalam Menambah Jumlah Anggota Di KSPPS BMT Nuansa Umat Cabang Tlanakan Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura.

Dosen Pembimbing: Ah. Shibghatullah Mujaddidi, M.A

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, BMT, KSPPS, Tabungan Sajadah.

Sebuah lembaga bisa dikatakan berhasil salah satunya dengan cara ditentukan dari implementasi strategi, dan manajemen pemasarannya yang dikelola dengan baik dalam lembaga tersebut. Sehingga lembaga tersebut bisa berkembang dan maju di era persaingan usaha yang semakin kompetitif saat ini. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran pada tabungan sajadah dalam menambah jumlah anggota di BMT NU cabang Tlanakan pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif, dimana pengumpulan datanya menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini diawali dengan observasi, mengumpulkan data sesuai hasil wawancara dan fakta lapangan dan dokumentasi untuk melengkapi data

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa BMT NU cabang Tlanakan Pamekasan dalam memasarkan Produk Tabungan Sajadah dengan menggunakan strategi pemasaran segmentasi, targeting, dan positioning (STP). Strategi segmentasi yang dilakukan dengan cara memprioritaskan Tabungan Sajadah untuk para pedagang dan strategi targeting dilakukan dengan cara menargetkan 5 anggota dalam satu bulan serta strategi segmenting dilakukan dengan cara memberikan bonus diawal pembukaan Tabungan sajadah.