

ABSTRAK

Ricky Zakariya Fawaid, 2023, *Strategi Pemasaran Marketing Mix Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT UGT Nusantara Cabang Proppo*, Skripsi, Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing; Sholehoddin, Lc, MM.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Marketing Mix, Simpanan

Strategi pemasaran marketing mix dalam produk simpanan hari raya idul fitri di BMT UGT Nusantara Cabang Proppo ini penting diteliti, Karena dalam strategi pemasaran produk simpanan hari raya idul fitri di BMT UGT Nusantara cabang Proppo tentunya terdapat jumlah nasabah setiap tahunnya yang mengalami penurunan dan peningkatan pada jumlah nasabah simpanan hari raya idul fitri tersebut. Maka dari itu untuk menggali lebih dalam tentang simpanan hari raya idul fitri agar dapat meningkatkan kualitas dalam pengelolaan produk simpanan hari raya idul fitri sehingga masyarakat tertarik dan percaya untuk menjadikan BMT UGT Nusantara cabang Proppo sebagai tempat menabung dan sebagai ketertarikan tersendiri.

Bersarkan hal tersebut, maka ada 2 fokus penelitian yang menjadi pembahasan ini yaitu: Pertama, Bagaimana implementasi strategi pemasaran marketing mix produk simpanan hari raya idul fitri di BMT UGT Nusantara cabang Proppo. Kedua, Bagaimana strategi pengembangan produk simpanan hari raya idul fitri dari tahun ke tahun pada BMT UGT Nusantara Cabang Proppo. Dan tujuan dalam penelitian ini adalah: Mengetahui implementasi strategi pemasaran marketing mix produk simpanan hari raya idul fitri di BMT UGT Nusantara cabang Proppo, dan untuk mengetahui pengembangan produk simpanan hari raya idul fitri dari tahun ke tahun di BMT UGT Nusantara cabang Proppo. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif Deskriptif, dan data yang akan diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Ketua BMT UGT Nusantara cabang Proppo, AOSP, AOAP, Nasabah. Adapun dalam pengecekan keabsahan data peneliti melakukan melalui triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran marketing mix produk simpanan hari raya idul fitri dalam meningkatkan jumlah nasabah di BMT UGT Nusantara cabang Proppo, yaitu mendapatkan hasil dengan memberikan penawaran kepada anggota agar bergabung dalam simpanan hari raya idul fitri dan juga menggunakan teknik door to door. Dan hasil penelitian yang kedua dalam pengembangan produk simpanan hari raya idul fitri dari ke tahun melalui tokoh masyarakat, brodur, dan juga media social sebagai sarana pendukung dalam mengembangkan produk tersebut.