

## ABSTRAK

Rudy Firmansyah, 2023, *Implementasi Word Of Mouth Pada Produk Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Nusantara Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Hj. Umi Supraptiningsih, M.Hum.

### **Kata Kunci : Implementasi Word of Mouth, Tabungan Umum Syariah**

*Word Of Mouth* Adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah merek agar konsumen membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual mereka kepada orang lain. Dengan kata lain *word of mouth* merupakan suatu bentuk pujian, rekomendasi dan nilai dari pengalaman mereka atas layanan jasa atau produk yang betul-betul dapat mempengaruhi keputusan pelanggan. Penerapan *word of mouth* juga tidak kalah penting dikarenakan jika hanya tau pemasarannya yang penting tapi teknik penerapannya kurang bagus akan sia-sia dan hanya membuang waktu yang percuma karena itulah memperdalam pengetahuan tentang penerapan *word of mouth*.

Ada dua fokus kajian yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu *Pertama*, Bagaimana Implementasi *Word Of Mouth* Pada Produk Tabungan Umum di KSPPS BMT Nusantara cabang pamekasan ?, dan *kedua* Bagaimana Kendala dalam Mengimplementasikan *word of mouth* pada Produk Tabungan Umum Syariah di KSPPS BMT UGT Nusantara Pamekasan? Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan jenis penelitian dekskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian adalah Kepala Cabang, Wakil Kepala Cabang dan Pegawai di BMT UGT Nusantara Cabang Pamekasan, dan Anggota Produk Tabungan Umum Syariah. Pengecekan keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber.

Hasil Penelitian menghasilkan temuan sebagai berikut: *Pertama*, penerapan *word of mouth* di BMT UGT Nusantara Cabang Pamekasan telah lama di terapkan yaitu dengan pemasaran *Buzz* dan *Viral*. Pemasaran *Buzz* bisa disebut dengan gosip atau perbincangan yang menghasilkan perbincangan, menciptakan pubisitas dan mengekspresikan informasi relevan baru yang berhubungan dengan merek melalui sarana yang tidak terduga atau bahkan membuat orang lain terkejut. Sedangkan Pemasaran *Viral* bekerja bagaikan virus yang tersebar, *Viral Marketing* merupakan turunan dari *word of mouth* jadi *Viral* bisa tersebar melalui media *online* seperti email dan *broadcast* sehingga membuat orang menginformasikan produk mereka kepada orang lain. dengan cara menggunakan anggota lama mereka yang cukup aktif dan dapat dipercaya untuk memasarkan produk, menjelaskan keunggulan dari produk kepada para anggota, memberikan lebih banyak brosur kepada para anggota lama agar mereka lebih mudah untuk melakukan pemasaran *word of mouth* pihak BMT UGT Nusantara Cabang Pamekasan, pihak BMT membuat *story whatshap*, instagram dan facebook mereka untuk memasarkan produk tabungan umum. *Kedua*, kendala dalam penerapan *word of mouth* di BMT UGT Nusantara Cabang Pamekasan diantaranya adalah ketidakpahaman masyarakat terhadap produk tabungan umum syariah, ketidakpahaman beberapa pegawai pada produk tabungan, ketidakpahaman masyarakat terhadap BMT.