

## ABSTRAK

Wafi Agus Sholihien, 2020, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa Di Koprasi Simpan Pinjam Syariah BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan*, Skripsi, Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Perbankan Syariah, Sekolah Tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Pembimbing: Suaidi, S.H.I, M.Si

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa Di Koprasi Simpan Pinjam Syariah BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan.*

BMT memiliki peluang cukup besar dalam ikut berperan mengembangkan ekonomi yang berbasis pada ekonomi kerakyatan. BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan menerapkan berbagai macam produk simpanan yang salah satunya adalah produk tabungan lembaga peduli siswa. Dengan adanya produk tabungan lembaga peduli siswa tersebut, maka diperlukan strategi pemasaran agar calon anggota berminat dan bergabung bersama BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan.

Berdasarkan konteks di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah: *pertama*, Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan. *Kedua*, Bagaimana Respon\Anggota Terhadap Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sekunder. Sumber data menggunakan wawancara terstruktur, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan 6 informan

Dari hasil penelitian yang dilakukan penenliti, menunjukkan bahwa *Pertama*, Strategi Pemasaran Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan: 1) melakukan segmentasi pasar, menjual produk apa yang dibutuhkan oleh anggota. 2) menentukan target pasar, yaitu sekolah-sekolah. 3) menetapkan posisi pasar, maksudnya BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan harus menunjukkan kelebihan dan manfaat yang ada di produk yang akan ditawarkan kepada calon anggotanya nanti. 4) setelah selesai melakukan STP (*segmentasi, targeting, positioninh*) barulah BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan menerapkan strategi pemasarannya yaitu dengan bagian tabungan melakukan sosialisasi secara langsung ke sekolah-sekolah. *Kedua*, Respon Anggota Terhadap Produk Tabungan Lembaga Peduli Siswa di KSPS BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan yaitu: 1) mempermudah lembaga pendidikan dalam menyimpan dana tabungan siswa. 2) pelayanannya baik, ramah, mengantar dan menjemput tabungan tepat waktu. 3) anggota merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan kepada anggota dan manfaat yang ada di produk lembaga pedulisiswa. 4) anggota tetap loyal terhadap BMT UGT Sidogiri Capem Tlanakan.