

ABSTRAK

Eti Pujianti (1720510015), Strategi Pemasaran Produk Simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.

Latar belakang masalah penyusunan skripsi ini adalah karena peneliti tertarik dengan praktik pemberian hadiah pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus dan penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik pemberian hadiah dalam penghimpunan dana simpanan Si Berkah Gold dan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada produk simpanan Si Berkah Gold di BMT Mitra Muamalat Kudus.

Skripsi ini menggunakan metode kualitatif dan menghasilkan data deskriptif. Data diperoleh melalui data primer yang berupa hasil wawancara kepada karyawan BMT Mitra Muamalat Kudus. Peneliti juga mengambil data sekunder berupa dokumentasi yaitu sejarah, visi dan misi, dan struktur organisasi. Pengujian keabsahan data dengan perpanjangan pengamatan dan triangulasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa praktik pemberian hadiah dalam penghimpunan dana simpanan Si Berkah Gold di BMT dilaksanakan dengan cara diundi. Hadiah yang ditawarkan oleh BMT adalah berupa barang yaitu kepingan emas murni. Tujuan BMT memberikan hadiah adalah sebagai strategi pemasaran, promosi produk dan sebagai bentuk terimakasih kepada anggota karena telah menyimpan dananya di BMT, hal tersebut diperbolehkan sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang Hadiah Dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah. Diketahui juga bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Mitra Muamalat Kudus dalam memasarkan simpanan Si Berkah Gold adalah dengan menerapkan bauran pemasaran 4P yang terdiri dari yang pertama, *product* (produk) yaitu dengan menampilkan keunggulan produk tersebut yakni produk yang menawarkan hadiah. Kedua, *price* (harga) yaitu berupa bagi hasil dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dan tidak ada biaya administrasi. Ketiga, *place* (tempat) yaitu kantor BMT berada di tempat yang strategis dan dekat dengan pusat kegiatan ekonomi. Keempat, *promotion* (promosi) yaitu melakukan promosi periklanan, penjualan pribadi dan publisitas.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Strategi Pemasaran*