

ABSTRAK

Luluk Malikha, NIM 1820510048, “Strategi Pemasaran Dan Implementasi *Marketing Mix* Pada Pembiayaan *Murabahah* Di KJKS BMT Muamalat Mulia Kudus”, Skripsi program SI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kudus, 2022.

Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, menjadikan persaingan bisnis semakin ketat bagi lembaga keuangan. Persaingan merebutkan pangsa pasar membuat KJKS BMT Muamalat Mulia harus mengkaji strategi pemasarannya tidak hanya mengandalkan produk yang berkualitas dan harga bersaing, tetapi didukung oleh upaya-upaya untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan implementasi *marketing mix* pada pembiayaan *murabahah* yang dilakukan KJKS BMT Muamalat Mulia.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data yang diperoleh melalui sumber data primer yakni *manager*, *marketing*, dan anggota BMT, serta menggunakan data sekunder yakni data laporan keuangan dan dokumen pendukung. Metode pengumpulan data digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan KJKS BMT Muamalat Mulia pada pembiayaan *murabahah* menggunakan strategi *segmenting* dengan variabel geografi wilayah dan psikografi kelas sosial menengah ke bawah. Strategi *targeting* dengan menetapkan dua segmen tersebut sebagai pasar sasarannya dan *positioning* dengan memberikan produk pembiayaan yang berkualitas sesuai kebutuhan masyarakat sekitar. Perbedaan strategi pemasaran antara pembiayaan *murabahah* dengan pembiayaan *musyarakah* dan *mudharabah* terletak pada strategi promosi yang dilakukan. Adapun penerapan dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* secara umum menggunakan teori *marketing mix* 7P yang meliputi *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, *Marketing Mix*, Pembiayaan *Murabahah*

ABSTRACT

Luluk Malikha, NIM 1820510048, *Marketing Strategy and Implementation of Marketing Mix on Murabahah Financing in KJKS BMT Muamalat Mulia Kudus*", Thesis of the SI program, Faculty of Economics and Islamic Business, Sharia Banking Study Program IAIN Kudus, 2022.

Along with the development of the economy in Indonesia, business competition is getting tougher for financial institutions. Competition to win market share makes KJKS BMT Muamalat Mulia have to review its marketing strategy not only relying on quality products and competitive prices, but supported by efforts to promote the products or services produced. The purpose of this research is to find out how the marketing strategy and Implementation of Marketing Mix on murabahah financing carried out by KJKS BMT Muamalat Mulia.

This kind of this research is field research with a qualitative descriptive approach. The data sources obtained through primary data sources are managers, marketing, and members of BMT, and use secondary data namely financial statement data and supporting documents. The data collection methods used are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, presentation, and conclusions.

The data analysis results show that the marketing strategy carried out by KJKS BMT Muamalat Mulia on murabahah financing uses a segmenting strategy with regional geography variables and psychography of the lower middle social class. Targeting strategy by establishing these two segments as the target market and positioning the product as a quality financing product according to the surrounding community's needs. The difference in marketing strategy between murabahah financing and musyarakah and mudharabah financing lies in the promotion strategy carried out. As for implementation in the marketing of murabahah, financing products generally uses the Theory Marketing Mix 7P, which includes Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence.

Keywords : Marketing Strategy, Marketing Mix, Murabahah Financing