

ABSTRAK

Eli Selawati, 19650009 Analisis Strategi *Marketing* Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo), Tugas Akhir, Jurusan D-III Program Studi Perbankan Dan Keuangan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. Pembimbing (2) Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo untuk menarik minat masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Selain itu, BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo juga mengembangkan jaringan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan lingkungan pemasaran di sekitarnya. Strategi pemasaran dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggota juga dinilai cukup efektif karena secara tidak langsung anggota akan menyebarkan informasi dari (*word of mouth*) kepada masyarakat luas bahwa BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional sangat memuaskan dalam memberikan pelayanan. Secara keseluruhan BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo sudah melakukan semua indikator pemasaran awal dengan baik, hanya saja ada beberapa bagian yang belum dikerjakan dan perlu dimaksimalkan. Misalnya dalam melakukan segmentasi BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional, KC Purbolinggo masih menargetkan masyarakat umum, namun tidak merinci segmen masyarakat yang akan dibidik. Selain itu juga memiliki kendala dalam pemasaran produk yaitu rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk yang ada dan persaingan dengan bank konvensional. Sehingga harus menciptakan inovasi-inovasi baru yang berbeda dengan kompetitor, baik dari segi produk, pelayanan, harga maupun Sumber Daya Manusia.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Lembaga Keuangan Syariah, Minat