

ABSTRAK

Pada era perkembangan zaman seperti ini telah terjadi perkembangan bisnis yang sangat pesat khususnya di bidang jasa keuangan. Sebuah bank dan lembaga keuangan lainnya pun harus mengalami perubahan untuk mengikuti perkembangan ini. Termasuk BMT Madinah Gresik dimana BMT Madinah ini melakukan perubahan strategi marketingnya dalam menawarkan produknya yang dahulu mereka menggunakan strategi pemasaran STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) menjadi strategi Marketing mix yang bertujuan dapat meningkatkan jumlah nasabah pada produk multiguna syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun teknik pengumpulan datanya teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Sedangkan dalam menganalisa data dilakukan melalui reduksi data (*data reduction*), pemaparan data (*data display*) dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Peran BMT Madinah Gresik dalam mempromosikan produk multiguna syariah dengan menggunakan strategi *marketing mix* dapat memberikan dampak positif yaitu dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sekundernya dengan mudah. 2) Strategi *marketing mix* yang digunakan BMT Madinah Gresik pada saat pandemi covid-19 terbukti dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci: BMT, *Marketing Mix*. Multiguna Syariah

ABSTRACT

In this era of development, there has been very rapid business development, especially in the field of financial services. A bank and other financial institutions must also undergo changes to keep up with this development. Including BMT Madinah Gresik where BMT Madinah has made changes to its marketing strategy in offering its products. Previously they used the STP (Segmenting, Targeting, Positioning) marketing strategy to become a Marketing mix strategy aimed at increasing the number of customers in sharia multipurpose products.

This study uses a descriptive qualitative method. The data collection techniques for data collection techniques are carried out by interview and documentation. Whereas in analyzing data is carried out through data reduction, data exposure and conclusions.

The results of this study show that 1) The role of BMT Madinah Gresik in promoting sharia multipurpose products using marketing mix strategies can have a positive impact that can help the community in meeting their secondary needs easily. 2) Marketing Mix strategy used by BMT Madinah Gresik at the time of Pandemi Covid-19 is proven to increase the number of customers.

Keywords: *BMT, Marketing Mix. Multipurpose Sharia.*

MOTTO

**BARANG SIAPA YANG HARINYA SEKARANG LEBIH BAIK
DARIPADA KEMARIN MAKA DIA TERMASUK ORANG YANG
BERUNTUNG. BARANGSIAPA YANG HARINYA SAMA DENGAN
KEMARIN MAKA DIA ADALAH ORANG YANG MERUGI.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini akan saya persembahkan untuk orang – orang yang saya sayangi,yakni:

1. Teruntuk bapak dan ibu saya, Sai'in dan Astutik, orang tua tercinta yang saya sayangi yang daan yang tidak bisa digantikan, juga keluarga besar yang tak ada duanya, penulis tidak akan busa ada disini tanpa kasih sayang dan doanya, kerja keras mereka yang selalu mengingatkan saya untuk lebih bersemangat lagi. Tidak ada kata yang bisa di ucapkan dengan lisan ataupun tulisan, karena perjuangan beliaulah yang mengantarkan saya sampai saat ini
2. Untuk sahabat dan saudara yang ikut membantu dan juga yang mendoakan saya yang dalam hal ini tidak bisa disebut namanya, terimakasih banyak,semoga Allah swt yang membalas kebaikan kalian semua.
3. Untuk teman-teman saya Muslimatul Hasannah, Lailatul Munawaroh, dan Listian Nur Fadilah yang telah menemani semasa Maba.
4. Untuk mas Untung Rohmadani terimakasih telah menemani saya mengerjakan skripsi ini dan terimakasih telah menjadi teman keluh kesah saya dalam mengerjakan skripsi ini.

KATAPENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan bantuan dan petunjuk kepada kita semua agar kita tetap menikmati kesehatan jasmani dan rohani. Yang kedua, sholawat beserta salam semoga tetap tercurahlimpahkan kepada junjungan kita, nabi besar Muhammad SAW, berkat beliau kita bisa menikmati keindahan Islam sampai saat ini.

Alhamdulillah berkat izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PERAN BMT DALAM MEMPERKUAT KETAHANAN EKONOMI NASABAH MELALUI PRODUK PEMBIAYAAN MODAL USAHA BAROKAH PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus BMT Madinah Gresik)** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi syariah Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura. Tanpa bimbingan dan dukungan semua pihak, skripsi ini tidak akan selesai. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Shofiyun Nahidloh, S.Ag., M.H.I selaku Dekan Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura.
2. Bapak Dahruji, S.E., M.E.I. selaku Ketua jurusan Fakultas Keislaman.
3. Ibu Lailatul Qadariah, S.H.I, M.E.I. selaku dosen pembimbing, terimakasih banyak telah meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan, saran, arahan, dan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura, terimakasih banyak atas ilmu yang telah di berikan kepada penulis selama dibangku kuliah.

5. Seluruh staff TU Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura yang telah memberikan pelayanan kepada kami demi kelancaran skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu saya yang saya cintai, yang selalu mensupport, terimakasih banyak tanpa ridho dan doanya saya tidak akan bisa ada disini.
7. Teman- teman Fakultas Keislaman dan teman-teman terdekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Ekonomi Syariah Angkatan 2017 terima kasih telah menjadi keluarga di kota perantauan susah senang kita rasakan bersama.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharap saran dan kritik agar bisa menjadikan kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kami para mahasiswa khususnya Ekonomi Syariah dan masyarakat secara keseluruhan.

Bangkalan,

Anggi Nur Amalia
NIM. 170721100122

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
KATAPENGANTAR	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kajian Pustaka	9
A. Kerangka Teoritik	13
BAB II KERANGKA TEORI.....	23
A.Kerangka teoritik.....	13
1. Baitul Maa Wat-Tamwill	13
2. Pemasaran	15
3. <i>Marketing Mix</i>	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B .Sumber Data.....	23
C .Teknik Pengumpulan Data	24
D .Teknik Analisi Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27

A. Deskripsi Lembaga BMT Madinah Gresik	27
1. Sejarah BMT Madinah Gresik	27
2. Visi Dan Misi BMT Madinah Gresik	28
3. Struktur Organisasi BMT Madinah Gresik.....	29
4. Peran BMT	30
5. Produk-produk BMT Madinah Gresik	31
B. Deskripsi Hasil Penelitian	35
1. Implementasi Marketing Mix dalam Mempromosikan Produk Multiguna Syariah di BMT Madinah Gresik Selama Pandemi Covid-19	35
2. Penerapan Marketing Mix pada Produk Multiguna Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada saat Pandemi Covid-19 di BMT Madinah Gresik	43
BAB V PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	57