

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN
DENGAN AKAD MUDHARABAH MUTLAQAH DALAM
UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
(STUDI KASUS PADA BMT AL-FITRAH DUKUN GRESIK)**

Nama : Ninda Nafisah Aulina
NIM : 1031610034
Dosen Pembimbing : Drs. M. Asyhad, M. Ag.

ABSTRAK

Persaingan pada lembaga keuangan membuat BMT berlomba-lomba dalam memilih produk yang ditawarkan pada nasabahnya. Khususnya BMT Al-Fitrah Dukun Gresik yang memiliki beberapa varian simpanan dan pembiayaan. Namun dari beberapa varian Produk simpanan yang ada di BMT Al-Fitrah Dukun Gresik, ada salah satu produk simpanan dari BMT Al-Fitrah Dukun Gresik yaitu simpanan pendidikan yang dilihat dari data laporan keuangan BMT Al-Fitrah Dukun Gresik tahun 2019 yang masih memiliki 5 nasabah saja. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan bagaimana penerapan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan dengan Akad Mudharabah Mutlaqah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah pada BMT Al-Fitrah Dukun Gresik dengan menggunakan analisa strategi pemasaran yaitu strategi produk, strategi *place*, strategi *price*, dan strategi promosi. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studikases dengan Hasil penelitian dari analisa penerapan strategi pemasaran BMT Al-Fitrah Dukun Gresik dalam penelitian ini yaitu Strategi Produk yang diterapkan yaitu dengan menggunakan persyaratan akad mudharabah muthlaqah, Strategi Harga yang diterapkan yaitu menggunakan biaya yang mudah dijangkau oleh semua kalangan, Strategi *Place* (lokasi/ Distribusi) yang diterapkan yaitu terletak dijalur lalu lintas pusat perjalanan dan penerapan distribusi yang dilakukan BMT Al Fitrah yaitu dengan mendatangi mitra dengan menggunakan sistem antar jemput bola, Strategi *Promotion* yang diterapkan yaitu menyebarkan lewat brosur-brosur dan media sosial. Dari analisa tersebut menunjukkan bahwa BMT Al-Fitrah Dukun Gresik sudah menerapkan strategi pemasaran 4P, namun masih kurangnya pengoptimalan dalam strategi promosi sehingga jumlah nasabah produk simpanan Pendidikan belum bisa meningkat.

kata kunci: Pemasaran, Nasabah, Simpanan Pendidikan, Mudharabah Mutlaqah.