

## ABSTRAK

Sari, Intan Novita, 2023 *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Siummat Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menabung di BMT Tanjung Paiton* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo, Pembimbing : (I) Sugiono, M.Ed, Ph. D (II) Zaini Gunawan, M.Pd

### **Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Tabungan**

Sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah, BMT dipercaya lebih mempunyai peluang untuk berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan lain yang beroperasi secara konvensional. Meskipun untuk mencapai tujuan itu diperlukan kerja keras untuk mewujudkannya. Namun, disamping itu BMT mampu menciptakan strategi pemasaran yang bagus agar dapat meningkatkan jumlah nasabahnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk tabungan siummat serta apa saja yang menjadi faktor pendukung dan penghambat pada strategi pemasaran di BMT Tanjung Paiton. Metode penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field riserch*) dengan pendekatan kualitatif, Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara langsung pada pimpinan BMT Tanjung Paiton maupun pada karyawan yang bersangkutan. Dan juga disertai data sekunder diperoleh dari buku-buku, perpustakaan, penelitian terdahulu, maupun referensi pihak lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di BMT Tanjung Paiton untuk meningkatkan minat nasabah menabung adalah a. Menentukan target (lokasi) pemasaran b. Promosi produk c. Strategi harga d. Strategi promosi.