

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : “**Analisis Strategi *Marketing* Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus: BMT Agam Madani Nagari Batu Taba Kecamatan Ampek Angkek)** ” yang disusun oleh Chrisvi Febriani Adha, NIM 3321264, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BMT, diperlukannya strategi *marketing*. Begitu pula pada BMT Agam Madani Nagari Batu Taba yang memerlukan strategi *marketing* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada setiap produk-produknya, khususnya pada produk pembiayaan murabahah. Pembiayaan murabahah merupakan sebuah pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah yang memerlukan dana untuk pendirian usahanya maupun untuk pengembangan usahanya, khususnya usaha konveksi, dagang, ataupun tani yang ada pada Nagari Batu Taba. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan murabahah di BMT Agam Madani Nagari Batu Taba.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan dengan pendekatan metode penelitian kualitatif. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh dengan pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya penurunan jumlah nasabah produk pembiayaan murabahah, yang diidentifikasi karena kurangnya kegiatan promosi dan sosialisasi yang dilakukan serta adanya lembaga keuangan lain yang lebih dikenal, sehingga dapat menimbulkan ancaman bagi BMT dalam menghadapi persaingan. Strategi promosi yang dilakukan yaitu melalui mulut ke mulut ataupun himbuan langsung dari masjid yang dinilai kurang efektif. Untuk itu, strategi *marketing* yang digunakan pada BMT Agam Madani Nagari Batu Taba dengan melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran 4P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion* perlu untuk ditingkatkan kembali, terutama pada strategi promosi agar segera dikombinasikan secara digital atau dengan menggunakan media sosial agar diketahui oleh masyarakat secara luas sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci: Strategi *Marketing*, Pembiayaan Murabahah, BMT Agam Madani Nagari Batu Taba