

ABSTRAK

MOHAMMAD MINANURROHIM. 2021: *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Mudharabah Dalam Analisis SWOT di BMT Rahmat Syariah Kab. Kediri*, SYARIAH, IAIT Kediri, Dosen Pembimbing DRS. Jamaluddin, M.H.I,

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT

Penelitian ini berlatar belakang dari keberhasilan BMT Rahmat Syari'ah dalam meningkatkan jumlah penabung pada produk simpanan kususnya pada akad *mudharabah* dan untuk menentukan beberapa strategi alternatif yang dapat diterapkan BMT Rahmat Syari'ah agar perusahaannya dapat lebih berkembang lagi, dengan begitu, rumusan masalah dari penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pemasaran produk simpanan *mudharabah* di KSU BMT Rahmat Syari'ah Semen Kab. Kediri? (2) Bagaimana analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam menentukan strategi pemasaran pada produk simpanan *mudharabah* KSU BMT Rahmat Syari'ah Semen Kab. Kediri?.

Metode Penelitian dalam Skripsi ini menggunakan pendekatan Kualitatif, dalam pengumpulan data menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara. Sedangkan teknik analisis data menggunakan tehnik analisis SWOT, yang akan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan matriks SWOT dan matriks SPACE.

Hasil penelitian, yaitu: (1) Dalam memasarkan produk simpanan *mudharabah*, sebenarnya KSU BMT Rahmat Syari'ah tidak mempunyai strategi kusus, akan tetapi jumlah kenaikan anggota pada KSU BMT Rahmat Syari'ah tersebut dipengaruhi oleh kepercayaan yang tinggi dari anggota, untuk mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari anggota KSU BMT Rahmat Syari'ah menempuhnya dengan mengoptimalkan kualitas pelayanan. (2) berdasarkan perhitungan menggubakan analisis SWOT produk simpanan *mudharabah* KSU BMT Rahmat Syari'ah berada pada posisi kuadran I, strategi yang tepat adalah dengan menggunakan strategi agresif atau strategi berkembang.