

## ABSTRAK

**M. Felik Afifudin, 1620310021, *Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Pada Pembiayaan Mitra Usaha Di BMT Fastabiq Cabang Jekulo.***

Dalam meningkatkan jumlah anggota pada BMT, diperlukannya strategi *marketing*. Begitu pula dengan BMT Fastabiq memerlukan strategi *marketing* untuk meningkatkan jumlah anggota pada setiap produk-produknya, khususnya pada produk pembiayaan mitra usaha. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh lokasi BMT Fastabiq cabang Jekulo yang berada di lingkungan industri dan area UMKM, sehingga berpeluang besar bagi peningkatan jumlah anggota khususnya pada produk pembiayaan mitra usaha. Pembiayaan mitra usaha merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi anggota BMT dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Dalam penelitian ini permasalahan yang akan diteliti adalah kendala yang dihadapi *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha dan strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq cabang Jekulo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota BMT pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq cabang Jekulo.

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 wawancara, observasi, dan dokumentasi agar memperoleh data-data yang relevan.

Hasil penelitian ini adalah kendala-kendala yang dihadapi oleh *marketing* dalam upaya meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq cabang Jekulo adalah dapat dilihat dari segi produk, lokasi, promosi, dan loyalitas masyarakat terhadap bank konvensional. Strategi *marketing* dalam meningkatkan jumlah anggota pada pembiayaan mitra usaha di BMT Fastabiq cabang Jekulo adalah melakukan *marketing mix* atau bauran pemasaran dan melakukan strategi bersaing dengan sehat.

**Kata Kunci : Strategi Marketing, Pembiayaan, Bauran Pemasaran**