

Futriyah Ainal Wardah, NIM (1320210117), “Implementasi Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi untuk Mewujudkan Program Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (Studi Kasus di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera)”.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem pelaksanaan Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi, untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera serta mengetahui kendala yang dihadapi dan cara penyelesaiannya dalam pemasaran produk Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Selanjutnya, teknik pengumpulan data peneliti menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Direktur Baitul Maal, Manager Cabang, Staf Marketing dan anggota Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera. Teknik analisis data yang digunakan meliputi teknik reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan data verifikasi (*conclusion drawing*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pelaksanaan Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi dilakukan dengan selektif dan memberikan kesempatan pembiayaan kepada masyarakat yang berkemampuan rendah. Pencapaian target mencapai 1.519 anggota dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun, diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera pada Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, process, customer service*). Kendala yang dihadapi adalah adanya *miss-communication* antara KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera dan anggota, indikasi adanya kredit macet. Dari strategi pemasaran yang dilakukan perlu adanya peningkatan kinerja pemasaran dalam pemenuhan target tahun berikutnya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Mikro Air dan Sanitasi, Sanitasi Total Berbasis Masyarakat (STBM).