

## ABSTRAK

Judul : **Analisis Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana.**

Penulis : Puspita Indah

NIM : 212252

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah

KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Juwana terletak di kompleks pasar Juwana. BMT ini merupakan lembaga keuangan non bank dengan prinsip syariah yang mempunyai tugas pokok menghimpun dana dari masyarakat dan kemudian menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk. 1) Mengetahui bagaimana bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan *akad wadiah yad dhamanah* pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana. 2) Mengetahui kendala-kendala dan cara penyelesaiannya yang dihadapi oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) produk simpanan *Akad Wadiah Yad Dhamanah*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research*. Dengan menggunakan data primer dan sekunder yang diambil melalui dua teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan sebagai berikut: bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diterapkan KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Juwana dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik yang berdasarkan *akad wadiah yad dhamanah* yaitu melalui elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi) atau yang bisa kita sebut dengan 4P. Dengan dilakukannya bauran pemasaran atau *marketing mix* yang tepat maka bisa mempengaruhi masyarakat dan menarik minat untuk menjadi anggota di KSPPS BMT BUS cabang Juwana. Kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk simpanan Si Sidik yaitu kurangnya sumber daya manusia, kurangnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi, dan adanya pesaing lain. Berdasarkan data bahwa Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Baitul Maal wat Tamwil Bina Ummat Sejahtera Cabang Juwana dalam penerapan strategi pemasaran telah berhasil.

**Kata Kunci** : **Bauran Pemasaran (*marketing mix*), Akad Wadiah Yad Dhamanah.**