

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN SYARIAH BMT BINA IHSANUL FIKRI DALAM MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH MASYARAKAT**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Bina Ihsanul Fikri dalam menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di BMT Bina Ihsanul Fikri dan efektivitasnya dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat. Strategi pemasaran syariah terdiri dari *segmentation, positioning, targeting, differentiation* dan *marketing mix*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Untuk mendapatkan data peneliti melakukan proses pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Dalam menganalisis data yang akurat dan benar peneliti menggunakan analisis data lapangan model Miles dan Huberman yaitu diantaranya reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan BMT BIF adalah *marketing mix*, BMT BIF telah menerapkan dengan baik seperti saluran pemasaran, produk, harga dan promosi. Strategi lainnya yaitu jumlah kantor cabang yang tersebar menjadi salah satu strategi pemasaran BMT BIF. Dari strategi pemasaran yang diterapkan BMT BIF terbukti efektif meningkatkan inklusi keuangan syariah masyarakat.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, BMT, Inklusi Keuangan Syariah**

## **ABSTRACT**

### **SHARIA MARKETING STRATEGY BMT BINA IHSANUL FIKRI IN IMPROVING COMMUNITY SYARIAH FINANCIAL INCLUSIONS**

*This research aims to analyze the implementation of strategic marketing used by BMT Bina Ihsanul Fikri in attracting communities to use BMT Bina Ihsanul Fikri's service and it is effective in increasing people's syari'ah financial inclusion. Syariah marketing strategic consist of segmentation, positioning, targeting, differentiation and marketing mix. The method used in this research is qualitative research. This sampling technique used in this research is purposive sampling. To find the data that, the researcher use submitting data processing with several observation, interview and documentation. This research is using Miles and Huberman model to analyze the data found in the field. The result shows that marketing strategic used by BMT Bina Ihsanul Fikri is marketing mix which is well implemented start from the marketing strategy used by BMT Bina Ihsanul Fikri is who its branch office spread through the area. It is proved that BMT Bina Ihsanul Fikri has an effective way of increasing people's syari'ah financial inclusion.*

***Keywords: Marketing Strategic, Marketing Syariah, BMT, Syari'ah Financial Inclusion***