

ABSTRAK

Ihkam Rofi: Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di KSPPS BMT Rukun Abadi Kota Garut

Eksplorasi ini dipacu oleh BMT Rukun Abadi yang belum memiliki pilihan untuk memperkuat teknik promosinya. Selain itu, motivasi di balik pemeriksaan ini adalah untuk menemukan jawaban agar BMT Rukun Abadi dapat memperluas sistem pemasaran item pembiayaan murabahah dalam mengembangkan keunggulan, untuk memiliki pilihan serta menyaingi BMT lain, khususnya BMT Rukun Abadi Garut Kota.

Motivasi yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk memutuskan sistem penayangan item pembiayaan murabahah dalam memperluas keunggulan KSPPS BMT Rukun Abadi dan untuk memutuskan tata cara periklanan item pembiayaan murabahah dalam mengembangkan keunggulan menurut sudut pandang aspek keuangan syariah.

Prosedur periklanan adalah jenis pengaturan terkoordinasi di bidang promosi, untuk memperoleh hasil yang ideal. Murabahah adalah akad jual beli suatu barang, dengan harga yang disepakati antara pedagang dan pembeli, setelah pedagang barubaru ini menyatakan harga perolehan barang yang sebenarnya dan ukuran manfaat yang akan diperolehnya. Menurut Tangkilisan, di atas angin mengacu pada kapasitas sebuah asosiasi untuk menemukan teknik yang menempatkannya dalam situasi ideal tentang organisasi yang berbeda.

Informasi strategi dewan yang digunakan adalah Altering, tepatnya menyesuaikan kebenaran informasi, Arrangement, khususnya pengumpulan informasi, dan Pemahaman atau penerjemahan informasi. Faktor yang digunakan adalah dua faktor, yaitu pertama item pembiayaan murabahah dan kemudian keunggulan.

Dari hasil penyelidikan, selesai, 1) Teknik promosi item pembiayaan murabahah di BMT Rukun Abadi memiliki opsi untuk menyaingi yayasan yang berbeda, 2) Sistem menampilkan item pembiayaan murabahah di BMT Rukun Abadi adalah sesuai dengan sudut pandang moneter Islam.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pembiayaan Murabahah, dan Keunggulan Kompetitif