

ABSTRAK

Komariyah, Fia, Haliyatul. NIM 2010921010. 2024. *Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk OTO Syariah Di PT.Mandiri Utama Finance Cabang Jember*. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing (1) Dhofir Catur Bashori M.H.I (II) Muhammad Syafi'I, M.E.I.

Kata Kunci : *Strategi Marketing, Meningkatkan Jumlah Nasabah, Produk OTO Syariah*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana analisis strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk OTO Syariah di PT.Mandiri Utama Finance Cabang Jember. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini fokus membahas tentang analisis strategi marketing Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk OTO Syariah di PT.Mandiri Utama Finance cabang Jember. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Hasil penelitian mengetahui bahwasanya analisis strategi marketing Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk OTO Syariah di PT.Mandiri Utama Finance cabang Jember telah dilaksanakan sesuai dengan ketentuan pada PT.Mandiri Utama Finance serta dengan berbagai strategi yang dilakukan oleh CMOS dalam memasarkan produknya yakni dengan mengadakan sebuah event marketing serta melalui media social dan juga diketahui bahwasanya keunggulan dan juga kelemahan dari produk OTO Syariah yakni dari keunggulan utamanya yaitu margin yang rendah serta Flat Rate dan kelemahannya yakni minimnya masyarakat yang belum mengetahui adanya produk OTO Syariah karena tergolong dalam produk baru.

ABSTRACT

Komariyah, Fia, Haliyatul. NIM 2010921010. 2024. Analysis of Marketing Strategy in Increasing the Number of Customers on OTO Syariah Products at PT. Mandiri Utama Finance Jember Branch. Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Muhammadiyah University of Jember. Supervisor (I) Dhofir Catur Bashori M.H.I (II) Muhammad Syafi'I, M.E.I.

Keywords: *Sharia Marketing Strategy, Increasing the Number of Customers, OTO Sharia Products*

This research aims to find out how to analyze marketing strategies in increasing the number of customers for OTO Syariah products at PT. Mandiri Utama Finance Jember Branch. This research uses qualitative research with a descriptive approach. This research focuses on discussing the analysis of Sharia marketing strategies in increasing the number of customers for OTO Syariah products at PT. Mandiri Utama Finance Jember branch. Data collection methods are carried out through observation, interviews and documentation. Meanwhile, data analysis uses qualitative data analysis. The results of the research reveal that the analysis of Sharia marketing strategies in increasing the number of customers for OTO Syariah products at PT. Mandiri Utama Finance Jember branch has been carried out in accordance with the provisions of PT. Mandiri Utama Finance as well as with various strategies carried out by CMOS in marketing its products, namely by holding a marketing events as well as through social media and it is also known that the advantages and disadvantages of OTO Syariah products are the main advantages, namely low margins and flat rates, and the weakness is the lack of people who do not know about the existence of OTO Syariah products because they are classified as new products.