



## STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN DI BMT RIZQONA IKABU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Zubaidah

Alamat: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Hayim Asy'ari  
Jl. Irian Jaya No.55 Tebuireng Cukir, Kec. Diwek, Kab. Jombang  
Korespondensi penulis: [Hafsahfirdaus85@gmail.com](mailto:Hafsahfirdaus85@gmail.com)

### *Abstract.*

*This research aims to identify the marketing strategy of educational savings products implemented by BMT, its annual performance improvement, challenges in marketing the products, and the marketing strategies used by BMT Rizqona Ikabu. BMT Rizqona Ikabu adopts a marketing strategy based on the marketing mix components, namely Product, Price, Place, and Promotion. The product strategy includes educational savings products, general savings, and others, with pricing adjusted according to customers' capabilities. In terms of place strategy, BMT selects easily accessible locations for customers and potential clients. Meanwhile, the promotion strategy involves conducting educational programs, providing excellent services, expanding cooperation with other parties, and advertising through distributing brochures. The research findings conclude that BMT Rizqona Ikabu implements a marketing strategy using the marketing mix approach, which includes Product, Price, Place, and Promotion. The marketing strategy focuses on providing educational savings, general savings, and other products with pricing tailored to the customers' capabilities. For the place strategy, BMT selects easily accessible locations for customers and potential clients. Additionally, the promotion strategy involves efforts to clarify intentions, provide excellent service, expand cooperation networks, and use advertising methods such as distributing brochures. The research findings also conclude that the marketing strategy applied by BMT Rizqona Ikabu aligns with the principles and values of Islamic Economics, namely justice (Adl) and mutual cooperation (Takaful).*

**Keywords:** Marketing strategy, Educational savings products, Islamic Economics perspective.

### **Abstrak.**

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengidentifikasi strategi produk simpanan pendidikan yang diterapkan oleh BMT, peningkatan kinerjanya setiap tahun, serta tantangan dalam memasarkan produk tersebut dan strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Rizqona Ikabu. BMT Rizqona Ikabu mengadopsi strategi pemasaran yakni Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Strategi produk mencakup produk simpanan pendidikan, simpanan umum, dan lain-lain, dengan menyesuaikan berbagai strategi yang dijalankan kerjasama dengan pihak lain, serta periklanan misalnya mendistribusikan brosur. Temuan penelitian ini memberikan kesimpulan jika BMT Rizqona Ikabu menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan Bauran Pemasaran, yang cakupan komponennya yakni Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Strategi pemasaran produk berfokus pada penyediaan simpanan pendidikan, simpanan umum, dan produk lainnya dengan menentukan harganya yang disesuaikan dengan kemampuannya nasabah. Untuk strategi tempatnya, BMT melakukan pemilihan lokasi yang mudah dijangkau oleh nasabahnya dan calon nasabahnya. Selain itu, strategi promosinya melibatkan upaya untuk luruskan niatnya, memberikan baiknya pelayanan, perluas jaringan kerjasamanya, dan menggunakan periklanan misalnya menyebarkan brosur. Lalu strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Rizqona Ikabu

*Received November 30, 2023; Revised Desember 2, 2023; Desember 9, 2023*

\*Corresponding author, e-mail address

selaras dengan berbagai nilai dan prinsipnya Ekonomi Islam, yaitu keadilan (*Adl*) dan gotong royong (*Takaful*).

**Kata kunci:** Strategi pemasaran, Produk simpanan pendidikan, Perspektif Ekonomi Islam.

## LATAR BELAKANG

*Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) ialah salah satu penyedia jasa keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Peran utama BMT adalah memberikan dukungan keuangan pada usaha-usaha masyarakat menengah ke bawah dengan berlandaskan pada sistem perekonomian syariah Islam. Hal ini berarti BMT berkomitmen untuk menyediakan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti larangan riba (bunga) dan praktik-praktik yang diharamkan.

Salah satu produk unggulannya BMT dalam rangka mendukung pendidikan masyarakat adalah simpanan pendidikan berdasarkan prinsip syariah. Produk ini dirancang untuk membantu masyarakat dalam merencanakan dan menyediakan dana untuk pendidikan, terutama bagi para pelajar. Dengan simpanan pendidikan ini, masyarakat dapat secara bertahap menabung dan mengatur keuangan mereka untuk keperluan pendidikan tanpa melanggar prinsip syariah (Aswir & Misbah, 2018).

BMT sebagai lembaga keuangan berbasis syariah juga mengedepankan nilai-nilai sosial dan keadilan dalam berbisnis. Dengan pendekatan ekonomi Islam, BMT berupaya untuk membantu masyarakat meningkatkan kesejahteraan dan kesempatan ekonomi yang lebih adil. Produk simpanan pendidikan yang dihadirkan oleh BMT menjadi salah satu wujud nyata dari upaya ini, membantu masyarakat menengah ke bawah agar dapat mempersiapkan masa depan pendidikan yang lebih cerah dan berkesinambungan. (Rosen et al., 2015).

Salah satu BMT yang ada yakni BMT Rizqona Ikabu. BMT Rizqona Ikabu merupakan BMT yang berperan dalam mendukung ekonomi masyarakat kecil dengan pendekatan Islam. Tujuan BMT ini adalah untuk memberikan layanan keuangan syariah kepada masyarakat yang tidak terjangkau oleh lembaga keuangan konvensional. Salah satu produk yang ditawarkan oleh BMT ini adalah simpanan pendidikan, yang sangat membantu pelajar dalam mempersiapkan biaya pendidikan mereka. Salah satu ayat Al-Quran yang menekankan pentingnya bertakwa kepada Allah dan memperhatikan tindakan kita untuk masa depan yakni berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلَا تَنْتَرُ نَفْسٌ مَا قَدَّمْتُ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَيْرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan perhatikanlah setiap perbuatanmu untuk masa depan (akhirat). Jagalah takwa kepada Allah, karena Dia Maha Mengetahui tentang semua yang kamu kerjakan. (Q.S. Al-Hasyr : 18)

Ayat Al-Quran di atas menegaskan pentingnya setiap individu untuk memperhatikan tindakan mereka dalam persiapan untuk masa depan, agar tidak menghadapi kerugian di kemudian hari. Hal ini juga mengajak untuk senantiasa bertakwa kepada Allah, karena Allah Maha Mengetahui terhadap segala perbuatan yang dilakukan. Semakin berkembangnya BMT saat ini, persaingan di antara lembaga keuangan syariah semakin ketat. Untuk tetap bersaing dengan BMT lain yang menawarkan produk serupa, BMT harus merancang strategi yang tepat dan efektif sesuai dengan kondisi dan jumlah dana yang tersedia. Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam kesuksesan

## STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PRODUK SIMPANAN PENDIDIKAN DI BMT RIZQONA IKABU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

BMT secara umum, termasuk dalam bidang pemasaran. Strategi ini harus selalu diperbarui dan disesuaikan dengan perkembangan pasar dan lingkungan bisnis. Dengan demikian, BMT harus memiliki gambaran yang jelas dan terarah tentang langkah-langkah yang akan diambil, serta memanfaatkan kesempatan dan peluang yang ada di pasar (Assauri, 2011).

Agar produk-produk yang ditawarkan BMT menarik minat anggota dan membuat mereka menjadi pelanggan setia, BMT harus menghadirkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota. Minat anggota adalah dorongan atau kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak untuk mendapatkan atau memanfaatkan suatu produk atau layanan yang diinginkan, yang juga disertai perasaan senang. Dengan memahami minat anggota, BMT dapat merancang produk dan layanan yang relevan dan menarik, serta memberikan kepuasan kepada anggota. Hal ini akan membantu BMT membangun hubungan jangka panjang dengan anggota dan menciptakan pelanggan yang setia serta berkontribusi pada pertumbuhan dan kesuksesan BMT secara keseluruhan (Rhomdoni, 2018).

BMT Rizqona Ikabu TambakBeras menyediakan produk simpanan pendidikan yang mengalami perkembangan yang signifikan karena diminati oleh masyarakat dari tahun ke tahun, hal tersebut bisa dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1 Jumlah Nasabah Simpanan Pendidikan**

Tahun	Modal	Jumlah Nasabah
2019	Rp.144.000.000	72
2020	Rp.130.000.000	65
2021	Rp.115.000.000	55
2022	Rp.206.000.000	94
2023	Rp.230.000.000	100

Sumber Data: BMT Rizqona Ikabu Tambakberas

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa jumlah nasabah produk simpanan pendidikan ini mengalami fluktuasi dari tahun 2019 hingga 2023. Pada tahun 2019, terdapat 72 nasabah, kemudian mengalami penurunan pada tahun 2020 menjadi 65 nasabah, dan kembali menurun pada tahun 2021 menjadi 55 nasabah. Penurunan ini diduga terkait dengan masa pandemi yang menyebabkan penurunan jumlah siswa di pondok pesantren kawasan Bahrul Ulum, dimana sebagian besar nasabah simpanan pendidikan berada. Namun, pada tahun 2022 dan 2023, produk ini mengalami peningkatan signifikan, dengan jumlah nasabah mencapai 94 dan 100 nasabah, menandakan keberhasilan BMT dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk simpanan pendidikan mereka. Hal ini menarik minat peneliti untuk mengkaji lebih lanjut strategi pemasaran produk simpanan pendidikan yang telah berhasil meningkatkan jumlah peminatnya tersebut.

Jadi BMT Rizqona Ikabu melakukan strategi pemasaran dengan pendekatan Bauran Pemasaran, melibatkan komponen Produk, Harga, Tempat, dan Promosi. Strategi pemasaran produk termasuk penyediaan simpanan pendidikan dan simpanan umum, dengan penetapan harga yang sesuai dengan kemampuan nasabah. BMT juga memilih lokasi yang mudah dijangkau untuk meningkatkan aksesibilitas bagi nasabah. Upaya promosi meliputi penyuluhan, pelayanan yang baik, memperluas jaringan kerjasama, dan periklanan dengan brosur.

BMT Rizqona Ikabu telah berhasil mengimplementasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, seperti keadilan (*Adl*) dan gotong royong

(*Takaful*). Produk simpanan pendidikan yang disediakan BMT ini terus mengalami peningkatan minat dari masyarakat, sebagaimana ditunjukkan dalam tabel jumlah nasabah. BMT berupaya menghadapi persaingan dengan BMT lain yang menawarkan produk serupa dengan menciptakan strategi yang tepat dan sesuai dengan situasi dan keadaan BMT itu sendiri.

Dalam konteks ekonomi Islam, sistem keuangan syariah memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan umat manusia. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut tentang strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami lebih dalam mengenai strategi yang diterapkan oleh BMT Rizqona Ikabu dalam memasarkan produk simpanan pendidikan yang mengikuti prinsip-prinsip ekonomi Islam.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitiannya ialah metode pengembangan kualitatif yang memiliki tujuan guna menguji keefektifan produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu TambakBeras berdasarkan perspektif ekonomi Islam menurut Ibnu Taimiyah. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu dari bulan Desember 2022 hingga bulan Juni 2023 di lokasi BMT Rizqona Ikabu TambakBeras, Jombang. Data primernya dari wawancara bersama informan, seperti pihak pengurus BMT, sementara data sekundernya dari studi literatur yang relevan dengan penelitian ini.

Analisis data dilaksanakan melalui triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu untuk memastikan keabsahan data. Data yang terkumpul kemudian direduksi dan disajikan dalam bentuk naratif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu TambakBeras dalam perspektif ekonomi Islam dan mengidentifikasi efektivitas dari strategi tersebut (Sugiyono, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Produk Simpanan Pendidikan di BMT Rizqona Ikabu

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu memiliki dua akad, yaitu akad *wadiyah* dan akad *mudharabah*. Akad *wadiyah* bersifat titipan murni, sehingga tidak ada potongan atau bagi hasil, sedangkan akad *mudharabah* memberikan peluang bagi nasabah untuk memperoleh keuntungan melalui bagi hasil dari pengelolaan dana simpanan pendidikan. Dari hasil wawancara dengan Bapak Hasan selaku Marketing BMT Rizqona Ikabu, akad *wadiyah* lebih diminati oleh nasabah karena bersifat lebih sederhana dan aman.

Adapun dalam BMT Rizqona Ikabu memiliki guna pembukaan produk simpanan pendidikan membutuhkan persyaratan, seperti mengisi formulir pembukaan rekening, membawa fotokopi KTP atau kartu pelajar, dan melakukan setoran awal minimal Rp. 50.000. Keunggulan produk simpanan pendidikan terletak pada kemudahan bagi nasabah dalam mengelola dana pendidikan anak, efektivitasnya menghadapi peningkatan biaya pendidikan setiap tahun, serta peranannya dalam perencanaan keuangan untuk kebutuhan pendidikan. Keuntungan yang diperoleh oleh nasabah simpanan pendidikan antara lain mendapatkan fasilitas peralatan sekolah, beasiswa bagi siswa berprestasi, dan menunjang masa depan peserta simpanan pendidikan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Namun dalam penerapannya, BMT Rizqona Ikabu juga alami beberapa kendala atau masalah dalam perihal menarik minat para nasabahnya untuk melakukan simpanan

pendidikan di BMT Rizqona Ikabu. Masalah tersebut salah satunya adalah kurangnya minat dari pihak nasabahnya yang berusia dini atau masih sangat mudah untuk menabung. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pentingnya persiapan dana pendidikan dari usia dini. Upaya untuk mengatasi kendala ini perlu dilakukan melalui edukasi yang lebih baik kepada masyarakat mengenai manfaat dan pentingnya simpanan pendidikan. Adapun perkembangan simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu pada tahun 2019-2023 yakni:

**Tabel 2. Perkembangan simpanan pendidikan BMT Rizqona Ikabu memiliki  
Tahun 2019-2023**

Tahun	Nasabah
2019	85
2020	50
2021	40
2022	70
2023	100

*Sumber data: BMT Rizqona Ikabu*

Jadi perkembangan produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu dari tahun 2019 hingga 2023 menunjukkan tren yang positif. Meskipun mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021, namun perkembangan produk ini kembali meningkat pada tahun 2022 dan 2023. Penjelasan dari Bapak Syahrul selaku Pengimpun Dana mengindikasikan bahwa produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu mengalami peningkatan setelah melewati masa pandemi di tahun 2020 dan 2021. Dalam menjalankan produk simpanan pendidikan, BMT Rizqona Ikabu juga memiliki beberapa jenis produk lain, seperti simpanan umum, simpanan berjangka, simpanan qurban/aqiqah, dan simpanan wisara haji serta simpanan walimah. Produk-produk ini memberikan variasi dan kesempatan bagi nasabah untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan tujuan keuangan mereka.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu telah memberikan manfaat bagi masyarakat dalam mengelola dana pendidikan anak dengan lebih efektif. Namun, masih ada potensi untuk lebih meningkatkan minat nasabah dengan melakukan sosialisasi yang lebih intensif tentang pentingnya persiapan dana pendidikan sejak dini. Selain itu, BMT Rizqona Ikabu juga dapat terus berinovasi dalam menawarkan produk simpanan pendidikan yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Guna pembahasan produk simpanan pendidikan, perspektif ekonomi Islam menurut Ibnu Taimiyah juga penting untuk diperhatikan. Akad wadiah dan akad mudharabah yang digunakan dalam produk ini telah sesuai dengan prinsip syariah Islam. Pendekatan ekonomi Islam memberikan nilai tambah bagi nasabah yang peduli dengan aspek syariah dalam pengelolaan keuangan mereka. Saat menghadapi persaingan di industri keuangan berbasis syariah, BMT Rizqona Ikabu perlu terus beradaptasi dengan perkembangan pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Analisis data perkembangan produk simpanan pendidikan dapat menjadi dasar untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi BMT dalam menyediakan produk-produk yang lebih unggul dan inovatif.

Kesimpulannya, produk simpanan pendidikan di BMT Rizqona Ikabu telah memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabah dalam mengelola dana pendidikan anak. Meskipun mengalami penurunan pada tahun-tahun tertentu, produk ini berhasil

mengalami peningkatan pada tahun-tahun berikutnya. Dalam menghadapi persaingan di industri keuangan syariah, BMT Rizqona Ikabu dapat terus berinovasi dan melakukan sosialisasi yang lebih intensif untuk meningkatkan minat nasabah. Dengan tetap mempertahankan prinsip syariah Islam dalam pengelolaan keuangannya, BMT Rizqona Ikabu dapat menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang peduli dengan aspek keuangan berbasis syariah.

### **Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan di BMT Rizqona Ikabu Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BMT Rizqona Ikabu telah menerapkan konsep pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam Islam, etika bisnis sangat ditekankan, termasuk dalam hal keadilan (*adl*) dan tolong-menolong (*takaful*) (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Strategi pemasaran yang dijalankan oleh BMT Rizqona Ikabu mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan dalam bertransaksi dan memberikan perlindungan serta tolong-menolong antar sesama anggota masyarakat.

Salah satu strategi pemasaran yang dijalankan oleh BMT Rizqona Ikabu adalah strategi produk. Islam mengajarkan bahwa produk yang ditawarkan haruslah dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki kualitas yang jelas. Dalam penjelasan dari Bapak M. Latif Ashar, mereka memastikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang dijanjikan. Tidak ada unsur penipuan dalam memperlihatkan kualitas yang baik hanya di bagian luarnya, namun menyembunyikan kelemahan produk di bagian dalam. Transparansi dalam penawaran produk menjadi prinsip yang dipegang teguh oleh BMT Rizqona Ikabu.

Strategi tempat atau distribusi juga dijalankan dengan memfokuskan pemasaran produk simpanan pendidikan di kawasan pondok dan sekitarnya. BMT Rizqona Ikabu berupaya menjangkau calon nasabah potensial dengan berkunjung ke acara-acara di pondok tersebut dan menyampaikan manfaat produk simpanan pendidikan. Namun, mereka juga berusaha untuk lebih dikenal di kawasan selain pondok sehingga lebih banyak orang umum yang dapat mengenal BMT Rizqona Ikabu melalui upaya sosialisasi dan promosi.

Adapun strategi penetapan harga, BMT Rizqona Ikabu berusaha untuk adil dan tidak memberatkan konsumen. Harga ditentukan dengan mempertimbangkan tujuan calon anggota/nasabah dalam melakukan pembiayaan atau simpanan. Islam mengajarkan untuk menghindari penentuan harga yang merugikan salah satu pihak, sehingga BMT Rizqona Ikabu berusaha mencapai kesepakatan yang saling menguntungkan antara pihak penjual dan pembeli.

Setelah itu strategi promosi yang dijalankan oleh BMT Rizqona Ikabu juga mencerminkan prinsip Islam yang mengedepankan kejujuran dan kerelaan. Mereka menyampaikan promosi produk simpanan pendidikan melalui sosialisasi di pondok dan berusaha mendekatkan diri dengan calon nasabah potensial. BMT Rizqona Ikabu berusaha untuk tidak menipu atau menyesatkan nasabah dalam rangka mendapatkan keuntungan yang lebih besar, melainkan mengutamakan kejujuran dalam menyampaikan manfaat produk simpanan pendidikan.

Dari perspektif ekonomi Islam, strategi pemasaran yang diterapkan oleh BMT Rizqona Ikabu sudah sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti *adl* dan *takaful*. Keadilan dalam berbisnis menjadi prinsip utama dalam penetapan harga dan penawaran produk yang transparan. Tohong-menolong atau *takaful* tercermin dalam prinsip kerjasama

antara BMT Rizqona Ikabu dengan nasabah dalam mencapai tujuan keuangan yang lebih baik.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran produk simpanan pendidikan, BMT Rizqona Ikabu telah mengutamakan nilai-nilai Islam dalam setiap tahapan bisnisnya. Mulai dari proses akad yang jelas sesuai syariah, pelayanan yang ramah, hingga penggunaan dana simpanan pendidikan yang dielola dengan baik dan sesuai prinsip mudharabah. Semua langkah ini mencerminkan komitmen BMT Rizqona Ikabu untuk menjalankan bisnis berbasis syariah dan memberikan manfaat bagi masyarakat dengan adil dan berkesinambungan.

Dalam perspektif ekonomi Islam, strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh BMT Rizqona Ikabu mengedepankan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kejujuran, dan kerelaan dalam berbisnis. Hal ini mencerminkan komitmen BMT Rizqona Ikabu untuk memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan ajaran Islam kepada masyarakat. Dengan tetap menjaga prinsip syariah, BMT Rizqona Ikabu menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang ingin mengelola dana pendidikan anak dengan aman dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah BMT Rizqona Ikabu telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai Ekonomi Islam. Melalui pendekatan Bauran Pemasaran yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi, BMT Rizqona Ikabu berhasil meningkatkan minat masyarakat terhadap produk simpanan pendidikan. Melalui akad wadiyah dan akad mudharabah yang sesuai dengan prinsip syariah Islam, BMT Rizqona Ikabu memberikan manfaat dan kemudahan bagi nasabah dalam mengelola dana pendidikan anak dengan efektif. Selain itu, strategi pemasaran yang dilakukan juga mencerminkan nilai-nilai Islam yang mengedepankan keadilan, kejujuran, dan kerelaan dalam berbisnis. Dengan demikian, BMT Rizqona Ikabu menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang peduli dengan aspek keuangan berbasis syariah.

## DAFTAR REFERENSI

- Aswir, & Misbah, H. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)*
- Al-Hisbah (2017) *Pemikiran Ibnu Taimiyah dalam menjalankan strategi pemasaran*
- Basu Swastha. (2002). *Asas-Asas Marketing*.
- Karim, Adiwarman Azwar. (2017). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*.
- M. ali hasan. (2003). *berbagai macam transaksi dalam islam*.
- Nurul Huda, khamim hudori dkk. (2017). *Pemasaran Syariah*.
- Rhomdoni, abdul haris dan dita ratnasari. (2018). *Pengaruh pengetahuan kualitas pelayanan,produk,dan religiusitas terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah*.
- Rosen, A., Trauer, dkk (2015). *Analisis Terhadap Pelaksanaan Produk Simpanan Pendidikan Di Bmt Marhamah*.
- Sandra, D., Argueta, dkk (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan Pada Bprs Pnm Binama Kantor Kas Mijen*.
- Sofjan assauri. (2011). *manajemen pemasaran*. PT Raja grafindo.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta).