

**ABSTRAK**

**Nama: Muhammad Alfariz, NIM: 1950410153, Judul Skripsi: Analisis S.W.O.T Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Calon Anggota Pasca Pandemi Covid-19 Pada Baitut Tamwil Hidayatullah (BTH) Amanah Kudus Tahun 2022.**

Tujuan penelitian ini adalah menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat calon anggota pasca pandemi covid-19 pada Baitut Tamwil Hidayatullah (BTH) Amanah Kudus dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Threats*). Jenis penelitian ini adalah *field research* atau melakukan penelitian di lapangan kemudian data diperoleh dari hasil Wawancara, observasi dan dokumentasi. Data tersebut dikumpulkan dan dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga dapat diketahui dengan jelas bagaimana strategi pemasaran, apa saja kendala-kendala yang dialami dan bagaimana *Strengths, Weakness, Opportunity and Threats* dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat calon anggota pasca pandemi covid-19 pada Baitut Tamwil Hidayatullah (BTH) Amanah Kudus serta ditinjau dari segi perspektif islam.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi yang dilakukan Baitut Tamwil Hidayatullah (BTH) Amanah Kudus dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan dengan menerapkan strategi *Marketing Mix* yaitu 5P (*Product, Price, Place, People & Promotion*) menurut perspektif syariah. Sedangkan hasil dari analisis SWOT adalah BTH Amanah Kudus berada pada posisi kuadran II yang berarti BTH Amanah Kudus merupakan organisasi yang kuat namun menghadapi tantangan yang besar. Posisi ini tidak terlalu menguntungkan bagi BTH Amanah Kudus. Posisi ini kurang menguntungkan lembaga dengan memperbaiki kondisi di atas rata-rata kemampuan sehingga BTH Amanah Kudus dapat mengendalikan para pesaing yang ada maupun pesaing yang terbilang kuat.

**Kata kunci: Strategi Pemasaran, Minat Calon Anggota dan SWOT**