

ABSTRAK

**“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Peminat
Simpanan Pelajar Prestasi Di Bmt Harapan Ummat Kudus”**

Oleh : Atin Zuliawati (1320210019)

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis penerapan strategi pemasaran dan faktor pendukung serta faktor penghambat dalam meningkatkan peminat simpanan pelajar prestasi di BMT Harapan Ummat Kudus serta melakukan analisis SWOT di BMT Harapan Ummat Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer atau data langsung dari orang-orang yang diamati dan sumber data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Harapan Ummat Kudus menggunakan strategi-strategi yang terdiri dari komponen bauran pemasaran yaitu Produk, Harga, Tempat, Promosi, Partisipan, Lingkungan Fisik dan Proses. Strategi pemasaran pada produk ditunjukkan adanya berbagai manfaat yang didapatkan di superprestasi. Penetapan harga yang terjangkau dan kompetitif serta tidak ada potongan administrasi bulanan. Strategi tempat dilakukan dengan memilih lokasi yang terjangkau bagi anggota dan calon anggota. Strategi promosi yang dilakukan dengan periklanan seperti penyebaran brosur, pemberian hadiah dan beasiswa, jemput bola dan memperluas jaringan kerja sama. Strategi lingkungan fisik ditunjukkan dengan memberikan kenyamanan dan berbagai fasilitas di BMT. Strategi partisipan ditunjukkan dengan semua karyawan BMT berperan sebagai marketing dan BMT melakukan kerjasama dengan beberapa lembaga pendidikan. Dan strategi proses ditunjukkan dengan memberikan pelayanan yang baik dengan semaksimal mungkin. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa strategi yang sesuai untuk BMT Harapan Ummat Kudus untuk meningkatkan peminat simpanan pelajar prestasi adalah strategi agresif. Ini artinya BMT Harapan Ummat Kudus harus terus meningkatkan pangsa pasarnya dengan cara mempertahankan dan menambah kerjasama dengan lembaga pendidikan, mempertahankan harga dan bagi hasil yang kompetitif, meningkatkan kegiatan promosi dan memperkuat citra positif di masyarakat.

Dalam memasarkan Simpanan Pelajar Prestasi BMT menghadapi beberapa faktor penghambat, untuk itu BMT perlu mempertahankan harga dan bagi hasil yang kompetitif, memberikan pelatihan setiap 3 bulan sekali kepada karyawan, melakukan sosialisasi kepada masyarakat, melakukan pendekatan dengan anggota serta menciptakan citra positif kepada anggota.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Peminat, Simpanan*