

## ABSTRAK

**Siti Hidayati (1420310136) Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Pembiayaan *Murabahah* Di KSPPS BMT Al Amin. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus 2018.**

Seiring berjalannya waktu bisnis merupakan hal yang sangat menarik untuk dibicarakan. Banyak sekali orang yang termotivasi mendirikan bisnis. Dalam dunia bisnis pasti tidak bisa dipisahkan dengan namanya strategi pemasaran syariah. Strategi pemasaran syariah adalah cara atau taktik yang di gunakan oleh perusahaan untuk mengenalkan, menawarkan dan mengingatkan kembali produk yang dibuat oleh perusahaan kepada konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al Amin dalam meningkatkan minat nasabah dimulai dari proses pensegmentasian, pasar sasaran, pemosisian produk dan bauran pemasaran. Selain itu juga membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk pembiayaan *murabahah*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode observasi langsung yaitu wawancara.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh KSPPS BMT Al Amin dengan cara pensegmentasian yaitu membeda-bedakan pasar berdasarkan variabel geografi dan demografi. selanjutnya *targeting*, *positioning*, serta menggunakan bauran pemasaran 9P yaitu *product*, *place*, *price*, *promotion*, *people*, *process*, *physical evidence*, *partners*, dan *passion*. Dari sembilan variabel tadi yang paling menonjol adalah *promotion* dan *process*. Sedangkan faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah adalah pemasaran dan promosi, pelayanan terhadap nasabah, loyalitas nasabah dan persaingan antar bank. Hasil kesimpulannya KSPPS BMT Al Amin mengalami peningkatan 25,5% setelah melakukan strategi pemasaran

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Pensegmentasian, *Targeting*, *Positioning*, Bauran Pemasaran, *Murabahah*, Minat Nasabah**