

## ABSTRAK

**SitiAlfiyani, NIM. 1420210271. “Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Siswa Pendidikan Plus Untuk Meningkatkan Minat Menabung di KSPPS BMT BinaUmmat Sejahtera Cabang Kaliwungu”**

Penelitian ini dilator belakang oleh minat anggota yang menggunakan produk simpanan siswa pendidikan plus di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu sangat kurang. Hal ini membuat KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu harus melakukan strategi pemasaran untuk memperkenalkan dan memasarkan produk si sidik plus. Strategi pemasaran itu sendiri adalah rencana menyeluruh tentang apa yang akan dilakukan oleh pihak KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu untuk mencapai tujuan pemasarannya. Selain itu harus diketahui juga hal-hal yang dapat mendorong timbulnya minat anggota untuk menggunakan produk si sidik plus yang antara lain adalah faktor dari dalam diri individu itu sendiri, faktor sosial dan faktor emosional. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *fieldresearch*, pendekatan kualitatif deskriptif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara, observasi, dandokumentasi yang diperoleh dari responden terkait dengan permasalahan penelitian.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Kaliwungu menggunakan strategi pemasaran yang terkonsentrasi karena sasaran yang dituju adalah para orang tua yang memiliki anak usia 0 tahun sampai SD kelas 6, kemudian juga telah menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan distribusi (*place*). Berdasarkan pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa dari keempat aspek bauran pemasaran, promosi dan harga lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek bauran pemasaran lainnya. Alasannya adalah karena kebanyakan dari anggota mengeluhkan harga yang terlalu tinggi serta kurangnya kesadaran anggota terhadap investasi untuk masa depan terutama dalam hal pendidikan.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, Produk, dan Minat Menabung*