

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Simpanan Pada BMT Al-Hijrah Bukittinggi** yang disusun oleh **Nadia Putri, Nim: 3317.059**. Skripsi mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk simpanan di BMT Al-Hijrah Bukittinggi dan kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk simpanan BMT Al-Hijrah Bukittinggi. BMT Al-Hijrah Bukittinggi merupakan salah satu koperasi yang bergerak dibidang lembaga keuangan syariah. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Simpanan yang diterapkan oleh BMT Al-Hijrah Bukittinggi. Strategi pemasaran yang terarah dan tepat merupakan kunci sukses pemasaran suatu produk.

Jenis penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif yaitu dengan melakukan survey langsung ke objek penelitian atau (*field Research*). Teknik pengumpulan data penulis memperoleh melalui dokumentasi, observasi, dan melakukan wawancara langsung dengan bagian *Marketing* dan *Operational Assistent* BMT Al-Hijrah Bukittinggi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa BMT Al-Hijrah Bukittinggi telah melaksanakan strategi pemasaran dengan menggunakan *marketing mix* yang meliputi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Hambatan-hambatan yang dihadapi BMT Al-Hijrah Bukittinggi dalam pemasaran produk adalah di bidang operasional, di bidang administrasi, dan di bidang sumber daya manusia. Saran yang dapat peneliti berikan kepada BMT Al-Hijrah Bukittinggi adalah strategi pemasaran produk simpanan supaya terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk ini dengan tetap berprinsip kepada syariah Islam.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran (*Marketing Mix*), STP (*Segmenting, Targetting, Positioning*)