

ABSTRAK**Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Produk Pembiayaan Murabahah di BMT Al-Fattah Juwana****Lenny Shelawati****1420210223****Jurusan Syariah dan Ekonomi Islami****Program Studi Ekonomi Syariah****IAIN Kudus, 2020**

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran di BMT Al Fattah Juwana, 2) Untuk mengetahui efektifitas penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al Fattah Juwana, 3) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah pada produk pembiayaan *murabahah* di BMT Al Fattah Juwana.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi secara langsung pada *Manager* BMT, *Customer Service*, *Marketing* dan anggota BMT Al-Fattah Juwana. Metode analisis menggunakan metode analisis reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Dari pembahasan dan pemaparan analisis yang telah dilakukan dapat diketahui hasil penelitian menunjukkan 1) Strategi pemasaran yang dipakai BMT Al-Fattah Juwana adalah melakukan segmentasi, targetting, positioning, dan melakukan bauran pemasaran 7P. 2) Penerapan strategi pemasaran yang diterapkan BMT Al-Fattah Juwana sudah efektif karena jumlah anggota atau nasabah pada pembiayaan *murabahah* dari tahun 2017 sampai 2018 mengalami sedikit peningkatan. 3) Faktor pendukung yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah *murabahah* di BMT Al-Fattah Juwana ada dua yaitu dari segi faktor internal dan eksternal, dan faktor penghambat disebabkan oleh tiga faktor yaitu kurangnya pengetahuan, komponen promosi dan keberadaan BMT.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Jumlah Nasabah, Pembiayaan Murabahah.*