

ABSTRAK

Iis Nafisatin, 1620210217, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meraih *Competitive Advantage* Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Karanggede Boyolali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Sejahtera Karanggede Boyolali untuk meraih *competitive advantage*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, pengambilan data diperoleh dari data primer dan data sekunder dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran KSPPS BMT NU Sejahtera Karanggede Boyolali dilakukan dengan menerapkan strategi *product, price, promotion, place, people*, dan *process*. Strategi pemasaran dalam upaya meraih *competitive advantage* pada KSPPS BMT NU Sejahtera Karanggede Boyolali yaitu dengan menerapkan differensiasi produk yaitu memberikan produk unggulan yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya seperti produk SIMSUS, differensiasi kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah, dan differensiasi citra dilakukan dengan memberikan citra positif kepada masyarakat dan nasabah dengan menyaring pegawai KSPPS BMT NU Sejahtera Karanggede Boyolali yang berasal dari daerah sekitar sehingga memiliki kedekatan dan keakraban dengan nasabah.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran dan *Competitive Advantage*