

ABSTRAK

Intan Aulia Kusuma Wardani, NIM. 1820510065, “Penerapan Strategi Pemasaran Produk Simpanan Assiba Berbasis 7P dalam Meningkatkan Jumlah Anggota di KSU BMT As Salam Demak”, Skripsi Program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah IAIN Kudus, 2022.

Strategi pemasaran adalah salah satu faktor penting atas keberhasilan suatu usaha dimasa sekarang ini tak terkecuali pada *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) yang diharuskan untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang paling efektif untuk memperkenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat sehingga mereka akan tertarik dan bergabung menjadi anggota yang imbasnya bagi BMT adalah dapat meningkatkan jumlah anggotanya. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan memberikan suatu gambaran terkait penerapan strategi pemasaran produk simpanan assiba berbasis 7P dalam meningkatkan jumlah anggota di KSU BMT As Salam Demak beserta hambatan dan solusi yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan peneliti ialah sumber data primer yang berasal dari wawancara dan sumber data sekunder yang berasal dari observasi dan dokumentasi serta catatan maupun dokumen yang terkait. Teknik pengumpulan data dilaksanakan peneliti melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji keabsahan data yang digunakan peneliti adalah uji kredibilitas yang terdiri dari perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teknik dan *member check*. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk simpanan assiba berbasis 7P dalam meningkatkan jumlah anggota di KSU BMT As Salam Demak meliputi strategi produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses. Hambatan yang dihadapi oleh KSU BMT As Salam Demak dalam penerapan strategi pemasaran produk simpanan assiba berbasis 7P dalam meningkatkan jumlah anggota di KSU BMT As Salam Demak ialah persaingan antar lembaga keuangan yang ketat, kepercayaan masyarakat dan kualitas sumber daya manusia. Adapun solusi yang diterapkan ialah melakukan inovasi produk dan strategi, menjaga dan mengembangkan nama baik lembaga, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Simpanan Assiba, 7P, Meningkatkan Jumlah Anggota, KSU BMT As Salam Demak