

## ABSTRAK

Nihayatun Kamilah 2023, *Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Anggota Pada Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) Di KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Mohammad Hamim Sultoni, M.A.B.

**Kata Kunci:** Strategi Marketing, *Marketing Mix*, Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*), Orang (*people*), Proses (*process*), dan Bukti Fisik (*physical evidence*), Minat Anggota

Bauran pemasaran Bank merupakan serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan Bank perusahaan untuk melayani nasabah yang menjadi target pasar. Bauran pemasaran ini dapat dirancang berdasarkan segmen yang dituju, mengingat masing-masing segmen nasabah memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat tujuh aktivitas penting atau yang biasa dikenal dengan “7P” dalam bauran pemasaran, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

Terdapat dua fokus penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu: *pertama*, bagaimana penerapan strategi *marketing mix* KSPPS NU Cabang Kadur Pamekasan pada produk simpanan berjangka wadi'ah berhadiah (Sajadah), *kedua*, bagaimana dampak strategi *marketing mix* terhadap peningkatan anggota pada produk simpanan berjangka wadi'ah berhadiah (Sajadah) di KSPPS NU Cabang Kadur Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi serta pengecekan keabsahan data dilakukan menggunakan kriteria tertentu seperti *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Strategi Marketing Mix yang dilakukan oleh KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan dalam meningkatkan jumlah anggota yaitu dengan menerapkan strategi marketing 7P yang terdiri atas Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Manusia (*People*), Proses (*Procces*) dan Bukti Fisik (*Physical Eviden*). Dengan adanya penerapan strategi marketing mix telah memberikan manfaat dan progress yang sangat baik bagi KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan dalam mencapai target perusahaan dengan berbagai macam produknya khususnya produk unggulan baru produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah anggota. 2. Dampak penerapan Strategi *Marketing Mix* terhadap Minat Anggota pada Produk Simpanan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) di KSPPS BMT NU Cabang Kadur Pamekasan cukup efektif dengan meningkatnya anggota setiap tahunnya, sebab produk baru yang ditawarkan dan penerapan strategi *marketing mix* yang dilakukan merupakan terobosan baru yang berbeda dengan produk serta strategi sebelumnya.