

Abstrak

Yusril Agung Saputra, 18383021196, "**Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Pendidikan di KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan**" Skripsi, Program Study Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Ah. Shibghatullah Mujaddidi, M.A.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Simpanan Pendidikan

Produk-produk yang terdapat di KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan salah satunya adalah produk simpanan pendidikan, simpanan pendidikan merupakan simpanan untuk persiapan biaya pendidikan dan penarikannya hanya bisa dilakukan setiap pergantian tahun ajaran baru. Tujuan pokok dalam penelitian ini yaitu: Pertama, untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk simpanan pendidikan yang di gunakan oleh KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan agar bisa meningkatkan jumlah anggota. Kedua, untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam memasarkan produk simpanan Pendidikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, sumber data berupa data primer dan data sekunder, sedangkan prosedur pengumpulan datanya melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan pengecekan keabsahan data menggunakan metode triangulasi.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, Strategi pemasaran yang digunakan KSPSS Nuri Jatim Cabang Palengaan pada produk simpanan pendidikan menggunakan strategi marketing 4p, yaitu *product, promotion, price, place*. Strategi produk yang digunakan dilakukan dengan cara mengenalkan produk dan memberikan penjelasan dan pemahaman terkait produk simpanan pendidikan, dan promosi yang dilakukan dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat dan dengan memanfaatkan media sosial. Untuk harganya, KSPSS Nuri Jatim menerapkan biaya yang relatif dengan biaya administrasi yang tidak memberatkan anggota. Serta lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat sekitar sehingga memudahkan dalam bertransaksi. Kedua, faktor pendukung pada produk simpanan pendidikan dalam memasarkan produk yaitu lokasi yang mudah dijangkau dan hubungan yang baik dengan nasabah, faktor penghambatnya yaitu masih ada yang kurang percaya terhadap koperasi dan banyaknya saingan.