

ABSTRAK

Kartikawati, Fini 2019 “**Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di KSPPS Mawar Karanggeneng Lamongan**” Unisda Lamongan Pembimbing (1) Khotib Sholeh, M. Ag (2) Khoirotun Nimah, M.Pd.I

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Dengan adanya berbagai teknologi dan perkembangan pada masa ini, lembaga perbankan mengalami beberapa kemajuan yang sangat pesat. Tidak hanya pada bank konvensional saja, tapi bank syariah juga berkembang dengan baik. Salahsatunya adalah Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan syariah Mawar.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran yang diterapkan KSPPS dalam menarik minat nasabah, dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan KSPPS Mawar Karanggeneng Lamongan.

Penelitian skripsi ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif, *library research*, dan *naturalistic*. Pengumpulan data diperoleh dari lapangan dan sumber-sumber dari kepustakaan meliputi data primer dan data sekunder. Dalam pengumpulan data penulisan skripsi ini, penulis menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara.

Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. Suatu perusahaan selalu berlomba-lomba dalam menerapkan strategi pemasaran. Seperti KSPPS Mawar melakukan upaya-upaya dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan strategi jemput bola, menyebarkan brosur dan pamflet, mengadakan pertemuan RAT dan mengadakan pengundian, strategi dengan memanfaatkan setiap pertemuan wali murid ataupun wali santri guna meningkatkan jumlah nasabah di KSPPS Mawar, mempromosikan KSPPS Mawar kepada semua masyarakat dengan dibantu dari berbagai kalangan masyarakat baik pegawai, santri, wali santri dan lain-lain semua turut andil dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan melakukan pemasaran berbasis hubungan. Faktor pendukung strategi pemasaran meliputi SDM yang mempuni, kekompakan pengurus maupun pengelola KSPPS Mawar, dukungan yang ada dari seluruh elemen, fokus, dan lokasi yang strategis. Faktor penghambat strategi pemasaran yaitu pengurus KSPPS Mawar kurang fokus, masih kurangnya jumlah kantor, kurangnya pegawai KSPPS Mawar, dan banyaknya pesaing di sekitar kantor KSPPS Mawar.