

ABSTRAK

Skripsi berjudul **Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin**. Lima tahun terakhir sejak berdirinya BMT Bina Ummat tahun 2016 sampai tahun 2021 jumlah nasabahnya terus meningkat secara signifikan dan walaupun masa pandemi covid-19 tetap tidak ada penurunan malahan terus meningkat tetapi persentasenya tidak terlalu tinggi. Penyebab jumlah anggota meningkat karena perilaku staf, kualitas pelayanan pada nasabah, harga barang, kenyamanan dan keamanan nasabah. Penelitian bertujuan 1). Untuk mengetahui Strategi Pemasaran dalam Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin. 2). Untuk Mengetahui Dampak Dari Meningkatnya Jumlah Nasabah di BMT Bina Ummat Desa Cinta Manis Baru Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin. Dengan metode penelitian yang digunakan kualitatif, pada teknik pengumpulan data adanya observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian 1). Strategi pemasaran yaitu melalui 7P mulai dari produk, harga, promosi, saluran distribusi/lokasi, partisipan/karyawan, proses dan lingkungan fisik/bukti fisik dimana dengan melakukan strategi pemasaran maka mengetahui yang mana cocok untuk menjadi strategi pemasaran yang ada di BMT Bina Ummat oleh karena itu yang dilakukan peneliti dari 7P semuanya cocok tetapi masih ada yang minus disetiap 7P. 2). Dampak positif dari meningkatnya jumlah nasabah; banyak masyarakat muslim yang memiliki wadah untuk nabung, banyak masyarakat yang tertolong jika ada yang butuh dana, semakin berkembangnya BMT Bina Ummat dan Jika terjadi kenaikan pada penjualan maka tabungan akan meningkat. Dampak negatif dari meningkatnya jumlah nasabah di BMT Bina Ummat yaitu Persoalan mulai muncul, seperti macetnya pembiayaan nasabah.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Meningkatnya Jumlah Nasabah, BMT Bina Ummat*