

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yang ada di BMT Amal Rizki Gunungkidul dan Untuk mengetahui Analisis SWOT dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah yang ada di BMT Amal Rizki Gunungkidul. Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*)

*Marketing mix* terdiri dari produk, price, place, promotion, people, process dan physical evidence, hasil penelitian dengan menganalisis strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dapat meningkatkan jumlah nasabah setiap tahunnya. serta SWOT yang merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *treats* (ancaman). hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran cukup berhasil, karena efektifitas pemasaran yang menunjang melalui brosur dan personal selling dan bisa dilihat dari segi kualitas pemasaran sudah baik karena meningkatnya kinerja marketing yang baik.

Kata kunci: *Strategi pemasaran, marketing mix dan SWOT.*