SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING

Oleh:

OKTA WIDIANA WATI

NPM. 1804101070

Jurusan S1 Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1443 H / 2022 M

STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

OKTA WIDIANA WATI
NPM. 1804101070

Pebimbing : Aisyah Sunarwan, M.Pd

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1443 H / 2022 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan skripsi untuk Disidangkan

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama	: Okta Widiana Wati
NPM	: 1804101070
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul	: STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING (Studi Kasus KSPPS BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung)

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.
Wassalamualaikum wr. wb.

Metro, 2022

Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah	Pembimbing
Muhammad Ryan Fahlevi, M.M NIP. 19920829 201903 1 007	**Aisyah Sunarwan, M.Pd** NIDN. 0207021301

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul	:	STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING (Studi Kasus KSPPS BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung)
Nama	:	Okta Widiana Wati
NPM	:	1804101070
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Sudah dapat kami setujui untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 2022

Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd
NIDN. 0207021301

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15 Iringmulyo Metro Timur Kota MetroTelp. (0725) 41507, Faksmili (0725) 47296
Website: www.metrouniv.ac.id; Email: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-2552/In.28.3/D/PP.00.9/07/2022

Skripsi dengan Judul: **STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING** disusun Oleh: Okta Widiana Wati NPM: 1804101070, Jurusan Ekonomi Syariah, Telah diuji dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi Bisnis dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: 31 Mei 2022

TIM PENGUJI

Ketua/Moderator	:	Ibu Aisyah Sunarwan, M.Pd	(.....)
Penguji I	:	Yuyun Yunarti, M.Si	(.....)
Penguji II	:	Agus Trioni Nawa, M.Pd	(.....)
Sekretaris	:	Witantri Dwi Swandini, M.Ak	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING

Oleh :

Okta Widiana Wati

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi yang perlu dilakukan oleh KSPPS BMT Cahaya Umayyah agar tidak melakukan tutup rekening.

Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan yang diperoleh di KSPPS BMT Cahaya Umayyah. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif serta menggunakan pendekatan induktif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan diperoleh dari hasil wawancara dengan Manager BMT dan anggota yang bergabung di KSPPS BMT Cahaya Umayyah. Penjamin keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik tringulasi, yaitu suatu penelitian yang peneltiannya menggunakan observasi partisipasi, wawancara, serta dokumen sebagai sumber data yang sama secara serempak

Hasil penelitian menunjukan bahwa KSPPS BMT Cahaya Umayyah mempertahankan anggota agar tidak melakukan tutup rekening yaitu dengan cara meyakinkan anggota agar tertarik untuk bergabung menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung, dengan membangun tempat yang strategis, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan terhadap anggotanya.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Okta Widiana Wati
NPM	: 1804101070
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 24 April 2022

Yang menyatakan,

Okta Widiana Wati

NPM.1804101070

MOTTO

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلْقِسْطِ ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَـَٔانُ
قَوْمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعْدِلُواْ ۚ ٱعْدِلُواْ هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا
تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: "Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui." (QS. Al-Baqarah ayat 280.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT dan atas rasa syukur kepada-Nya yang telah melimpahkan karunia serta melancarkan segala usaha dan upaya saya selama ini. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat saya sayangi, yaitu Ibu Sri Astuti dan Ayah Ismail yang telah menuntun, memberikan doa, semangat dan motivasi yang tiada hentinya untuk keberhasilan anaknya. Dan mengarahkan saya untuk menggapai cita-cita menjadi seorang sarjana yang dapat bermanfaat bagi orang lain.
2. Kakak-kakakku tersayang Yuli Erwanto, Nanang Haryanto, Destri Selviana Sari, dan Yusi Lestari, yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing skripsi Ibu Aisyah Sunarwan, M.Pd, terima kasih telah memberikan arahan dan bimbingannya dengan sabar sehingga skripsi ini mampu diselesaikan dengan baik.
4. Sahabat saya Agustin Puspita Ningrum dan Antiya Safira Prajayanti, terimakasih telah membantu memberikan masukan yang baik, memberikan semangat dan doanya selama menyelesaikan skripsi ini dan tidak memaksa saya untuk ikut bermain karena agar saya fokus menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas segalanya yang tak mampu di ucapkan oleh kata-kata.

5. Seseorang yang mencintai saya dalam diam, terimakasih telah mendoakan saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan lancar tanpa adanya pasangan, semoga kita segera dipertemukan.
6. Almamater IAIN Metro yang telah menjadi tempat menuntut ilmu dan mempelajari ilmu Perbankan Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT, yang dengan nikmat-Nya, hal-hal yang baik dapat terlaksanakan, yang memberikan petunjuk kepada kita semua. Syukur alhamdulillah dengan izin bimbingan, pertolongan, dan kasih sayang-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul *"*Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening *"*.

Proposal ini disusun untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E).

Persiapan, perencanaan, dan pelaksanaan hingga terselesaikannya penyusunan proposal ini tidak terlepas dari peran dan bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun material. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dan ketulusan yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag., P.I.A selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, M.M, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Aisyah Sunarwan, M.Pd selaku pembimbing yang akan memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.

5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Bapak Nanda Habib Firdaus, S.Pd selaku Manager di BMT Cahaya Umayyah yang telah memberikan informasi kepada peneliti sehingga proposal ini dapat terselesaikan.
7. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal ini yang tak dapat peneliiti sebutkan satu persatu.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Mei 2022
Peneliti

Okta Widiana Wati
1804101070

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Pertanyaan Penelitian 5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 5
D. Penelitian Relevan 6

BAB II LANDASAN TEORI **10**
A. Strategi Pemasaran 10
B. Rencana Pemasaran 13
C. Strategi Untuk Memantapkan Pelanggan Setia 14
D. Baitul Mal Wat Tamwil 15

BAB III LANDASAN TEORI **17**
A. Jenis dan Sifat Penelitian 17
B. Sumber Data 18

C. Teknik Pengumpulan Data 19
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data 21
E. Teknik Analisa Data 21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 23
A. Profil Sejarah KSPPS BMT Cahaya Umayyah 23
B. Strategi Pemasaarn KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening .. 26
C. Analisis Strategi Pemasaarn KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening 31

BAB V PENUTUP 35
A. Kesimpulan 35
B. Saran 35

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah anggota yang melakukan pembukaan tabungan di KSPPS BMT Cahaya Umayyah..... 4

Tabel 1.2 Jumlah anggota yang melakukan tutup tabungan di KSPPS BMT Cahaya Umayyah 5

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Izin Prasurvey
3. Surat Balasan Izin Pra Survey
4. Alat Pengumpulan Data
5. Blanko Bimbingan
6. Surat Tugas
7. Surat Izin Research
8. Surat Balasan Izin Research
9. Surat Bebas Pustaka
10. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
11. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi sudah menjadi perbincangan yang sangat umum, dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan perusahaan ataupun sebuah organisasi guna untuk mencapai sebuah tujuan. Ataupun dapat dikatakan sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetensi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Menyusun Strategi adalah suatu tindakan yang harus dilakukan supaya dapat mencapai tujuan perusahaan, baik dalam jangka menengah ataupun jangka panjang, karena strategi dapat menjamin sebuah perusahaan mampu bertahan serta berkembang pada masa yang akan datang.[1]

Pemasaran dianggap sebagai proses dalam perencanaan konsep, harga, promosi, dan pendistribusian ide-ide barang maupun jasa dalam menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Pemasaran merupakan fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, serta menyampaikan nilai terhadap konsumen dan membangun hubungan konsumen yang dapat memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi. Pemasaran adalah sekumpulan aktivitas dan fungsi manajemen bisnis dan organisasi lainnya untuk menciptakan pertukaran nilai di antara bisnis dan

[1] Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), 6.

perusahaan serta para konsumennya. Sedangkan manajemen pemasaran adalah ilmu dan seni dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, serta pengendalian dalam rangka menyampaikan produk dan nilai-nilai yang sudah terkandung di dalamnya dari pihak produsen kepada konsumen. Manajemen pemasaran yang efektif mampu menjembatani kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif melalui penyediaan produk dan nilainya secara berkesinambungan.[2]

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, ditumbuhkan atas prakarsa dan modal awal dari tokoh-tokoh masyarakat setempat dengan berlandaskan sistem ekonomi yang salam : keselamatan (berintikan keadilan), kedamaian, dan kesejahteraan.[3]

Hasil positif mulai dirasakan oleh masyarakat, terutama kalangan usaha kecil dan menengah.Mereka sering memanfaatkan pelayanan BMT yang kini tersebar luas di seluruh Indonesia.Hal ini disebabkan mereka memperoleh banyak keuntungan dan kemudahan dari BMT yang tidak mereka peroleh sebelumnya dari lembaga sejenis yang menggunakan pendekatan konvensional.[4]

---

[2] Priansah Doni Juni, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 63.

[3]M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 317.

[4]Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 34–35.

Berdasarkan hasil Pra Survey yang penulis lakukan pada tanggal 28 Juni 2021 Pukul 13.000 WIB - Selesai di BMT Cahaya Umayyah Tejoagung, melakukan wawancara dengan manager di BMT tersebut yaitu Bapak Nanda Firdaus, S.Pd yang mana penulis dapatkan dari bapak Nanda Firdaus dalam rangka memperkenalkan produk serta pangsa pasarnya, produk yang digunakan dalam BMT Cahaya Umayyah yaitu Murabahah maka BMT Cahaya Umayyah perlu melakukan strategi pemasaran yang dianggap tepat dan menarik untuk meningkatkan jumlah calon nasabahnya, yaitu dengan cara meyakinkan nasabah agar tertarik untuk bergabung menjadi nasabah di BMT Cahaya Umayyah Tejoagung yaitu dengan menggunakan sistem yang berbeda dengan koperasi lain yang ada di Kota Metro dengan menggunakan sistem kelompok dan tidak menggunakan pinjaman lagunan yang artinya tidak ada jaminan dalam pinjaman apabila pembiayaan masih dibawah 5 juta. Sedangkan untuk menarik minat para nasabah BMT Cahaya Umayyah semaksimal mungkin memberikan pelayanan yang prima, diantaranya nasabah tidak perlu datang ke kantor melainkan pengurus BMT tersebut yang datang untuk menemui nasabah. Namun meskipun pengurus BMT telah berusaha maksimal menjaga kualitas dengan pelayanan yang prima, masih ada beberapa nasabah yang melakukan tutup rekening.[5] Dan yang melatarbelakangi peneliti memilih lokasi penelitian karena lokasi tersebut berdekatan dengan Jalan Raya dan bersebrangan dengan SPBU serta pasar Tradisional.

[5] Nanda Habib Firdaus, Wawancara dengan Manajer BMT Cahaya Umayyah, 27 Juni 2021, Tejoagung.

Berikut tabel jumlah anggota yang melakukan pembukaan tabungan di KSPPS BMT Cahaya Umayyah 3 tahun terakhir :[6]

Tabel 1.1

NO	NAMA KELOMPOK TABUNGAN BMT CAHAYA UMAYYAH	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020
1	SAKURA	49 ORANG	32 ORANG	9 ORANG
2	AL-MUTHMAINNAH	98 ORANG	72 ORANG	6 ORANG
3	AL MANAR	51 ORANG	78 ORANG	20 ORANG
4	POSDAYA BUNGA TANJUNG	10 ORANG	67 ORANG	50 ORANG
5	POSDAYA AL-MUHAJIRIN	30 ORANG	104 ORANG	28 ORANG
6	POSDAYA WIJAYA KUSUMA	25 ORANG	76 ORANG	50 ORANG
	JUMLAH	263 ORANG	429 ORANG	163 ORANG

Berikut tabel jumlah anggota yang melakukan tutup tabungan di KSPPS BMT Cahaya Umayyah 3 tahun terakhir :

Tabel 1.2

NO	NAMA KELOMPOK TABUNGAN BMT CAHAYA UMAYYAH	TAHUN 2018	TAHUN 2019	TAHUN 2020
1	SAKURA	8 ORANG	5 ORANG	10 ORANG
2	AL-MUTHMAINNAH	10 ORANG	5 ORANG	-
3	AL MANAR	17 ORANG	8 ORANG	-
4	POSDAYA BUNGA TANJUNG	-	4 ORANG	19 ORANG
5	POSDAYA AL-MUHAJIRIN	20	5 ORANG	10 ORANG
6	POSDAYA WIJAYA KUSUMA	-	15 ORANG	20 ORANG
	JUMLAH	50 ORANG	42 ORANG	59 ORANG

[6] Data KSPPS BMT Cahaya Umayyah

Dari data tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat dianalisis bahwa yang melakukan pembukaan tabungan pada tahun 2018,2019, dan 2020 yaitu berjumlah 855 anggota. Dan yang melakukan tutup tabungan pada tahun 2018,2019, dan 2020 yaitu berjumlah 151 anggota. Sehingga jumlah anggota yang masih aktif hngga saat ini yaitu berjumlah 704 anggota.

Berdasarkan hal tersebut BMT Cahaya Umayyah dituntut untuk lebih giat mengembangkan pemasarannya baik dalam sosialisasi, pemberian pelayanan yang memuaskan, dan inovasi produk pada BMT Cahaya Umayyah yang dapat memeberikan manfaat pada calon nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mengurangi Anggota Melakukan Tutup Rekening (Studi KSPPS Kasus BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung).

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, selanjutnya peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut yaitu "Bagaimana Strategi Yang Dilakukan KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Mempertahankan Nasabah Agar Tidak Menutup Rekening?"

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang dilakukan KSPPS BMT Cahaya

Umayyah dalam mempertahankan nasabah agar tidak melakukan tutup rekening

2. Manfaat Penelitiaan

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu membeikan kontribusi sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuawan dan dapat digunakan sebagai masukan dan referensi dan puhak-pihak yang melakukan penelitian serupa yang berkaitan dengan strategi pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai pengembangan dan masukan kepada perusahaan strategi pemasaran yang tepat yang digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah.

D. Penelitian Relevan

Terdapat penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini, oleh karena itu peneliti akan memaparkan beberapa penelitian yang dilakukan oleh :

1. Wiwi Silvia dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tresuri Pada PT Bank BNI Wilayah Medan” fokus masalah penelitian jurnal ini adalah membahas untuk dapat mengetahui apakah bauran pemasaran dan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

produk tresuri di Bank BNI Wilayah Medan. Perbedaan pada penelitian ini membahas tentang bauran pemasaran dan strategi pemasaran yang digunakan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dari nasabah untuk membeli produk trisuri. Sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran KSPPS Bmt Cahaya Umayyah dalam upaya mengurangi anggota melakukan tutup rekening.[7]

2. Eni Kusrini "Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Produk Simpanan Pada BRI Syariah" fokus masalah penelitian jurnal ini adalah membahas tentang agar para nasabah akan menerima dan merasa puas terhadap produk simpanan yang ada, sehingga loyalitas nasabah dapat dipertahankan guna mencapai target, keunggulan bersaing, efisiensi serta efektivitas kerja khususnya pada progam pemasarannya. Persamaan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan strategi pemasaran merupakan cara untuk menciptakan kemajuan dan peningkatan pemasaran produk simpanan dalam pencapaian target yang diharapkan. Sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah dalam upaya mengurangi anggota melakukan tutup rekening.[8]
3. R. Ajeng Entaresmen "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT, Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X" fokus masalah penelitian jurnal ini adalah membahas tentang

[7] Wiwi Silvia, "Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tresuri Pada PT Bank BNI Wilayah Medan," 2, 9 (2019).

[8] Eni Kusrini, "Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Produk Simpanan Pada BRI Syariah," 1, 2 (2019).

untuk dapat mengetahui bagaimana strategi pemasaran terhadap produk penjualan tabungan IB Hasanah di BNI Syariah khususnya Kantor Cabang X agar ditujukan untuk mengetahui hambatan dalam menerapkan strategi pemasaran pada produk penjualan tabungan IB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang X. Perbedaan pada penelitian ini adalah jurnal tersebut lebih membahas tentang Strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah dalam memasarkan produk Tabungan iB Hasanah. Sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah dalam upaya mengurangi anggota melakukan tutup rekening.[9]

4. Roni Andespa "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan" fokus masalah penelitian jurnal ini adalah membahas tentang bagaimana cara meningkatkan pertumbuhan nasabah pada Bank Syariah dengan memberikan pelayanan prima yang perlu mendapatkan sorotan khusus bagi pihak manajemen Bank Syariah, yang bisa diciptakan dengan menganggarkan biaya promosi dan pengembangan keterampilan karyawan (biaya pelatihan dan pendidikan). Perbedaan pada penelitian ini adalah jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang penulis gunakan ialah dengan menggunakan jenis penelitian Kualitatif yang sifat penelitian Deskriptif.[10]

---

[9] 3. R. Ajeng Entaresmen, "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT, Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X," 1, 9 (2016).

[10] Roni Andespa, "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan," 2, 1 (2016).

5. Selamat Siregar "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan" fokus masalah penelitian jurnal ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan jumlah nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan. Perbedaan pada penelitian ini adalah jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sedangkan penelitian yang penulis gunakan ialah dengan menggunakan jenis penelitian Kualitatif.[11]

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan tersebut di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Dan pada penelitian terdahulu ditekankan pada kepuasan pemasaran produknya. Akan tetapi, dalam penelitian ini yang dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada strategi pemasaran dalam upaya mengurangi nasabah melakukan tutup rekening.

[11] Selamat Siregar, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan," 2, 1 (2015).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

Secara Substantif pemasaran (atau manajemen pemasaran) dan pemasaran strategi memiliki perbedaan dalam beberapa aspek, misalnya kerangka waktu, proses keputusan, hubungan dengan lingkungan, dan lainnya. Aspek waktu dari manajemen pemasaran bersifat jangka pendek dan keputusan yang diambil pun berkaitan dengan waktu tertentu, proses keputusan cenderung top-down, serta lingkungan yang dianggap konstan. Adapun pemasaran strategik bersifat jangka panjang dan keputusan yang diambil memiliki implikasi jangka panjang, proses keputusan cenderung bottom-up, serta lingkungan dianggap sering berubah dan dinamis.

Cravens dan Piercy menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses market-driven dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan superior customer value. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis. Proses strategi pemasaran meliputi empat tahapan, yaitu analisis situasi

strategic, penyusunan strategi pemasaran, pengembangan progam pemasaran, serta implementasi dan pengendalian strategi pemasaran.[1]

Dalam strategi pemasaran upaya yang perlu dilakukan adalah :

1. Membangun tempat yang strategis

   Dalam menjalankan usaha atau bisnis terdapat banyak faktor yang harus di perhatikan oleh pengusaha dan keberhasilan usahanya. Lokasi perusahaan merupakan kunci bagi efisiensi dan efektifitas keberlangsungan perusahaan jangka panjang. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dan perusahaan.[2]

2. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

   Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan berarti mendapatkan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan secara berkesinambungan. Mendapatkan konsumen baru bagi bisnis adalah tujuan semua perusahaan, tapi mempertahankan loyalitas mereka adalah merupakan tantangan yang cukup berat. Setiap pelanggan memiliki karakter yang berbeda. Dasar pemikiran dalam praktek pemasaran tersebut adalah bahwa jalinan hubungan dengan pelanggan itu dianggap sangat menghemat biaya dibandingkan dengan mencari pelanggan baru atau mendapatkan pelanggan lama yang sudah putus hubungan. Memang terjadinya hubungan jangka panjang antara pemasar dengan pelanggan

[1]Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2017), 51–59.

[2] Wawo Kusma Yani, "Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu," 2, 2 (n.d.): 252.

itu bermula dari terciptanya transaksi, kemudian transaksi serupa diulang kembali sehingga akhirnya menjadi jalinan hubungan jangka panjang.[3]

3. Memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan terhadap perusahaann dan para konsumennya

Pelayanan yang memuaskan pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan pelanggan yang loyal pada produk atau perusahaan. Setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya harus berusaha untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Terciptanya kepuasan pada pelanggan ini sangat tergantung dari kemampuan perusahaan memberikan layanan yang baik. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki keterkaitan yang sangat erat. Kualitas pelayanan yang baik yang dirasakan pelanggan akan menjadi dorongan bagi pelanggan untuk menjalin ikatan yang lebih kuat dengan perusahaan.[4] Tata cara berbisnis telah diatur dalam Al-Qur'an dimana setiap perusahaan harus berlaku adil terhadap setiap konsumennya. Allah mencintai orang-orang yang berbuat karena berbuat adil akan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hal ini telah dijelaskan dalam surat Al-Maidah ayat 8, yaitu :

---

[3] Tulus Haryono, "Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis," 1, 3 (2010): 76.

[4] Anung Pramudyo, "Mewujudkan Pelayanan Yang Memuaskan Pada Pelanggan," 1, 3 (n.d.): 42–43.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ كُونُواْ قَوَّٰمِينَ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلۡقِسۡطِۖ وَلَا يَجۡرِمَنَّكُمۡ
شَنَـَٔانُ قَوۡمٍ عَلَىٰٓ أَلَّا تَعۡدِلُواْۚ ٱعۡدِلُواْ هُوَ أَقۡرَبُ لِلتَّقۡوَىٰۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ
ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ٨

Artinya :

"Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takw. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan". (Q.S Al-Maidah : 8).

B. Rencana Pemasaran

Rencana pemasaran biasanya dibuat setelah tahapan analisis pasar dan penetapan strategi pemasaran diputuskan.Rencana pemasaran meliputi rincian seluruh kegiatan yang dianalisis berdasarkan kekuatan.Rencana pemasaran merupakan wujud kegiatan yang harus dilakukan dalam upaya untuk merealisasi keputusan yang berhubungan dengan strategi pemasaran.Rencana pemasaran yang lengkap disusun mulai dari rangkuman eksekutif, situasi pasar saat ini, analisis peluang dan masalah tujuan, strategi pemasaran, pemrogaman tindakan laba rugi, perkiraan laba rugi, dan pengendalian.[5]

[5] *Ibid*, 82.

C. Strategi Untuk Memantapkan Pelanggan Setia

Hubungan apakah dengan teman, keluarga atau pelanggan tidak tentu harus sama. Mereka memerlukan satu upaya saling memberi dan menerima pada kedua belah pihak akan hubungan makin menguat dan berkembang. Untuk nisa memantapkan kesetiaan pelanggan ada beberapa cara, yaitu :

1. Pancinglah untuk mendapatkan uman balik Negatif

   Pelanggan yang complain bisa menjadi teman paling baik. Tanpa mengungkapkan permasalahan mereka kita tidak pernah bisa tahu bagaimana cara melayani mereka lebih baik. Tanpa perbaikan usaha sebuah perusahaan pasti akan mengalami kebangkrutan.

2. Berilah nilai tambah pada produk

   Nilai merupakan kualitas sebuah produk yang dikaitkan dengan harganya. Kalau produknya ternyata mempunyai fungsi lebih baik, lebih lama bertahan, atau berharga lebih murah daripada yang dipikirkan para pelanggan akan merasa sangat senang.

3. Berilah pelayanan cepat dan prioritaskan kenyamanan pelanggan

   Teruslah mencari cara dimana anda bisa melayani pelanggan dengan lebih cepat lebih baik, mudah dan lebih menyenangkan dari yang mereka inginkan

4. Tetaplah membangun hubungan dengan pelanggan

   Membangun hubungan dengan pelanggan merupakan strategi yang sangat jitu pelanggan tetap loyal terhadap produk kita. Dengan

mengirimkan ucapan selamat terimakasih atas pembelian produk kita maka konsumen akan merasa tersanjung atas perhatian yang diberikannya maka mereka akan puas akan pelayanan sebuah perusahaan.

5. Selaraskan itikad baik pelanggan dengan penyesuaian simbois

   Katakanlah misalnya pembeli membeli sandal sampai dirumah hak nya putus, kemudian mereka telepon dengan mempersilahkan mereka untuk menukarkan barangnya untuk bisa ditukar dengan barang yang baru. Hal ini akan menjadi penilaian baik konsumen kepada perusahaan karena tanggung jawab yang telah diberikan sangat memuaskan.[6]

D. Baitul Mal Wat Tamwil

1. Pengertian Baitul Mal Wat Tamwil

BMT merupakan kependekan dari Baitul Mal Wat Tamwil atau dapat juga ditukis dengan baitul maal wa baitul tanwii. Secara harfiah/lughowi baitul maal berarti rumah dana dan baitul tamwil berarti rumah usaha. Baitul Maal dikembangkan berdasarkan sejarah perkembangannya, yakni dari masa nabi sampai abad pertengahan perkembangan Islam. Dimana baitul maal berfungsi untuk mengumpulkan sekaligus mentasyarufkan dana sosial. Sedangkan baitul tanwil merupakan lembaga bisnis yang bermotif laba.

[6] Fasochah Harnoto, *Ekonomi Manajemen Dan Akutansi*, (2014), hal. 9-11

Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Peran sosial BMT akan telihat pada defines baitul tamwil. Sebagai lembaga sosial, baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karenanya baitul maal ini harus di dorong agar mampu berperan secara profesional menjadi LAZ yang mapan. Fungsi tersebut paling tidak meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf, dan sumber dana-dana sosial yang lain, dan upaya pensyarufan zakat kepada golongan yang paling berhak sesuai dengan ketentuan asnabiah (UU Nomor 38 tahun 1999).

Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan-pinjam. Namun demikian, terbuka luas bagi BMT untuk mengembangkan lahan bisnisnya pada sektor rill maupun sektor keuangan lain yang dilarang dilakukan oleh lembaga keuangan bank. Karena BMT bukan bank, maka ia tidak tunduk pada aturan perbankan. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi, baik serba usaha (KSU) maupun simpan-pinjam (KSP). [7]

[7]Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2011), 126–127.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian dengan Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mengurangi Anggota Melakukan Tutup Rekening.Ini dilakukan menggunakan jenis penelitian *field research* dilingkungan BMT Cahaya Umayyah Tejoagung yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.[1]

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah metode dalam penelitian status kelompok manusia, objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, serta cenderung memakai analisis dengan pendekatan induktif.[2] Penelitian kualitatif yang dimaksudkan peneliti yaitu untuk mengungkapkan gejala melalui pengumpulan data.

Penelitian kualitatif disusun dalam bentuk narasi yang bersifat kreatif dan mendalam serta menunjukkan ciri-ciri naturalistik yang penuh keotentikan.

---

[1]Suharismi Arikunto, *Dasar-Dasar Research* (Bandung: Tarsoto, 1995), 223.

[2]Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 40.

Penelitian deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta dengan cara peneliti bertanya kepada kepala BMT Cahayya Umayyah di Tejoagung, kemudian mendeskripsikan persepsi tentang bagaimana strategi yang perlu dilakukan KSPSS BMT Cahaya Umayyah agar anggota tidak melakukan tutup rekening.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[3] Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan sumber data primer. *Purposive Sampling* merupakan teknik *Nonprobability Sampliung* yang memilih orang-orang terseleksi oleh peneliti berpengalaman berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.[4]

Dalam sumber data primer, peneliti melakukan proses pengumpulan datanya dengan memperhatikan objek penelitian yang akan dijadikan sumber utamanya. Sumber utama yang dipilih oleh peneliti dalam mendapatkan datanya yaitu dari pihak BMT Cahaya Umayyah Di

[3]Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2016), 223.

[4]Muhamad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Depok: Rajawali Pers, n.d.), 175.

Tejoagung yaitu langsung dengan kepala cabang BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekuder adalah sumber data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkanya, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia[5].Sumber sekunder adalah sumber penunjang. Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, majalah ilmiah, hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, koran, makalah, artikel dari internet, dan lain-lain.[6]

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu peneliti memperolehnya dari buku-buku yang berkaitan dengan judul penelitian tersebut dan dengan data yang berkaitan dengan biografi dari BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu data tertentu.[7]

Bentuk wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur *(Semitructure Interview).* Wawancara

[5]Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 1997).
[6]Moh Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitaif* (Malang: UIN Malik Pers, 2010), 178.
[7]Boedi Abdullah Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Metode Penelitian, n.d.), 207.

semiterstruktur termasuk dalam kategori in-dept interview, di mana dalam pelaksanaanya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.[8]

Narasumber yang peneliti wawancara adalah manajer dan karyawan yang merupakan bagian dari pekerja di BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan *(life histories)*, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.[9]

Data dari dokumentasi bermanfaat bagi peneliti sebagai penunjang informasi dalam penelitian.Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini berupa bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian mahasiswa IAIN Metro.

---

[8]Sugiyono, *Metode Penelitian*, n.d., 387.
[9]*Ibid., 396.*

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Didalam suatu penelitian data yang diperoleh dan dihasilkan dapat dikatakan baik apabila mampu menjamin keabsahan suatu datanya agar dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penjamin keabsahan data dalam penelitian nantinya akan menggunakan teknik trigulasi, yaitu teknik triangulasi adalah peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Penelitian kemudian juga menggunakan, wawancara, serta dokumen sebagai sumber data yang sama secara serempak. Tujuan dari hal tersebut yaitu untuk dapat mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.[10] Hal ini sangat berpengaruh penting dalam suatu penelitian yang dilakukan guna menemukan dan menetapkan fakta yang terjadi dalam Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mengurangi Anggota Melakukan Tutup Rekening di Tejoagung.

E. Teknik Analisa Data

Setelah data-data yang dibutuhkan berkumpul, selanjutnya dilakukan proses analisis data, yang dalam hal ini peneliti menggunakan metode analisis data kualitatif, Bogdan dan Biklen dalam Lexy J. Moleong menjelaskan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskan, mencari dan menemukan pola,

---

[10]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 241.

menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Proses analisis data kualitatif menurut Seiddel dalam Lexy J. Moleong yaitu:[11]

1. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap bisa ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesiskan, membuat ikhtisar, dan membuat indeksnya.
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum. .[12]

Berdasarkan keterangan di atas,bahwa proses analisis data kualitatif yaitu dengan cara peneliti mencatat persepsi nasabah terhadap faktor penyebab nasabah melakukan tutup rekening pada BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung. Data yang sudah ditemukan oleh peneliti saat wawancara kemudian di cari makna dan hubungannya dengan persepsi minat nasabah untuk melakukan pembukaan buku rekening di BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung.

---

[11]Moleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 248.

[12]Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung : sCV Pustka Setia, 2014), hal 221.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Sejarah KSPPS BMT Cahaya Umayyah

1. Sejarah KSPPS BMT Cahaya Umayyah

Pada tahun 2015 program dari BKKBN (Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional) disambut dengan baik oleh walikota bapak Lukman Hakim dengan timnya untuk membentuk kelompok Posdaya di Kota Metro salah satunya yaitu Posdaya Masjid Nurul Iman, atas inisitif ibu Siti Nurjannah dan teman-teman dengan instruksi bapak walikota bekerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Metro dibentuklah kelompok Posdaya Nurul Iman yang ada di Tejoagung. Pada saat itu fokusnya kepada pendataan dengan status kesejahteraan mulai dari prasejahtera, sejahtera 1, sejahtera 2, sejahtera 3, dan sejahtera 3+ dan pemetaan. Lalu dibentuk lembaga keuangan KSPPS BMT Cahaya Umayyah pada 26 mei 2016 kemudian di bentuk Unit Tabur Puja tanggal 28 september 2017.

KSPPS BMT Cahaya Umayyah Unit Tabur Puja diresmikan pada tanggal 28 September 2017 dalam acara Pelatihan Orientasi & Teknis Tabur Puja Bagi Hasil/SyariahPengurus/Pengelola Unit Tabur Puja Koperasi dan Kelompok Posdaya KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung. Peresmian Unit Tabur Puja BMT Cahaya Umayyah dibarengi dengan penandatanganan Surat

Perjanjian Kerjasama Antara Yayasan Dana Sejahtera Mandiri dengan KSPPS BMT Cahaya Umayyah tentang Pengembangan Ekonomi Kelompok Posdaya dan Kelompok Usaha Mikro dengan nomor surat: 029/PKS/YDSM/IX/2017 dan 002/PKS-BCU/IX/2017.

Masing-masing kelompok memiliki anggota maksimal 100 orang yang terdiri dari 6 sub-kelompok dengan 10 anggota didalamnya dan 1 orang menjadi penanggung jawab pada setiap sub-kelompoknya. Terdapat 3 orang pengelola didalamnya yaitu; Ketua Bidang Ekonomi, Kasir dan Admin.

KSPPS BMT Cahaya Umayyah dalam masa 5 tahun ini terus berusaha menjadi lembaga Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah dengan basis kekuatan ekonomi kerakyatan yang modern, gotong royong dan berprestasi dan juga tidak keluar dari norma koperasi pada umumnya.[1]

2. Visi, Misi, Tujuan KSPPS BMT Cahaya Umayyah

a. Visi

Menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah terpercaya yang ungul dan tepercaya

b. Misi

1) Mengedepankan dan membudayakan transaksi ekonomi sesuai nilai-nilai syariah

[1] Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, 10 November 2021.

2) Menjunjung tinggi akhlakul karimah dalam mengelola amanah umat
3) Mengutamakan kepuasan dan melayani anggota atau mitra
4) Menjadi KSPPS yang tumbuh dan berkembang secara sehat
5) Meningkatkan dan mensejahterakan mitra.

c. Tujuan

1) Mensejahterakan mitra dan pengelola dengan mengedepankan nilai-nilai syariah serta
2) Menjunjung tinggi akhlakul karimah.
3) Mengakomodir kebutuhan anggota Posdaya dalam bidang ekonomi karena kelompok
4) Posdaya Masjid Nurul Iman sudah sangat aktif dimana pada saat itu anggota banyak yang memiliki usaha. Hal ini selaras dengan tujuan koperasi salah satunya menjembatani antara pemilik modal dan orang yang membutuhkan dana, kususnya pada masyarakat Tejoagung lebih spesifik lagi anggota Posdaya di Tejoagung.[2]

3. Struktur Organisasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah Unit Tabur Puja

Berdasarkan Skim dan Buku Petunjuk Teknis Sistem Operasional Pengelolaan Tabur Puja Bagi Hasil/Syari'ah, Pengelola Unit Tabur Puja Harus Terdiri dari: Pengurus, Manager Unit Tabur Puja, Supervisor

[2] Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, 10 November 2021.

Lapangan, dan Pengawas yang bertugas mengelola dan mengembangkan Unit Tabur Puja Sesuai dengan Skim dan Program Kerja Unit Tabur Puja. Berikut adalah daftar pengelola KSPPS BMT Cahaya Umayyah Unit Tabur Puja:

a. **Pengurus :**

Ketua : Siti Nurjannah, S.Ag

Sekretaris : Ekowati

Bendahara : Novita

b. **Manager** : Nanda Habib Firdaus, S.Pd

c. **Badan Pengawas :**

Ketua : Hiro Narjito

Anggota : Sasmito

Anggota : Aan Setiawan

d. **Supervisor Lapangan :**

1. Ariska Fadillah Rasyid
2. Rossana Yulia Damayanti S.Ak.[3]

B. Strategi Pemasaran KSPPS Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Tidak Melakukan Tutup Rekening

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan manager BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung, diperoleh informasi bahwa BMT ini melakukan strategi pemasaran untuk mempertahankan nasabah dan beliau memaparkan bahwa BMT Cahaya Umaayyah telah menerapkan strategi

[3] Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, 8 Desember 2021.

pemasaran yang tepat dan menarik untuk meningkatkan jumlah calon anggotanya, yaitu dengan cara meyakinkan anggota agar tertarik untuk bergabung menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung.

Selain itu juga diadakan pertemuan rutin seminggu sekali dengan penanggung jawab masing-masing kelompok dan ada juga pertemuan bulanan pada setiap pengurus yang membahas mengenai apa yang dikeluhkan oleh pengurus BMT Cahaya Umayyah dan kritik saran yang harus dibenahi guna menjalin hubungan yang baik antara anggota dan pengurusnya.

Menurut Bapak Firdaus promosi menjadi hal penting bagi BMT Cahaya Umayyah karena sebaik apapun produk jika tidak dipromosikan atau dikenalkan ke masyarakat maka dalam hal keberhasilan suatu produk tersebut akana mengalami kesulitan. Tujuan promosi yaitu untuk menjaring masyarakat agar dapat bergabung menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyah. Akan tetapi, terkait promosi secara online Bapak Firdaus memaparkan bahwa BMT Cahaya Umayyah belum memaksimalkan promosi di media online. Seperti yang beliau sampaikan bahwa “Memang kami belum menerapkan promosi secara online, karena anggota BMT merupakan masyarakat pra sejahtera dan mayoritas ibi-ibi parubaya, sehingga mereka tidak memiliki teknologi untuk mengetahui informasi di media online”.

Terkait produk yang ada di BMT Cahaya Umayyah terdapat 2 jenis yaitu Modal Kita Mikro (MKM) dan Modal Kita Kecil (MKK). Produk modal kita mikro merupakan produk yang paling diminati masyarakat dan menjadi daya tarik untuk menjadi anggota dan bergabung di BMT Cahaya

Umayyah. Karena usaha yang mereka jalankan adalah usaha mikro/prasejahtera, sedangkan MKM menjadi produk yang kurang diminati karena angsurannya lebih banyak dan anggota ingin menyelesaikan beban tanggungan yang lebih cepat.

Setiap perusahaan tentunya memilih lokasi yang strategis, dan BMT Cahaya Umayyah sudah cukup strategis. Dimana, dalam strategi tersebut lokasi BMT berdekatan dengan Jalan Raya dan bersebrangan dengan SPBU serta pasar Tradisional. Namun, menurut penuturan Bapak Firdaus banyak BMT yang berada di Tejoagung yaitu BMT Aku, BMT Adzkiya, BMT Artha Buana,dan BMT Fajar. Sehingga, untuk memperoleh anggota menjadi hal yang tidak mudah bagi BMT Cahaya Umayyah. Akan tetapi, keuntungan lain dari BMT Cahaya Umayah adalah bahwa BMT tersebut tersebar di seluruh Kecamatan Kota Metro, sehingga akan mempermudah anggota melakukan transaksi pembayaran di setiap cabang tersebut.

Selain itu, BMT Cahaya Umayyah menyediakan layanan Zakat,Infaq, dan Sodaqoh. Zakat diberikan kepada anak yatim dan fakir miskin pada bulan Ramadhan. Zakat juga dikeluarkan setiap rapat tahunan semua pengurus yang apabila telah terkumpul akan diberikan kepada anak yatim dan fakir miskin.

BMT Cahaya Umayyah juga ikut andil dan berbela sungkawa ketika ada anggota yang terkena musibah. Misalnya, ketika anggota tersebut yang statusnya pra sejahtera, yang usahanya tidak memungkinkan bisa melanjutkan pembiayaannya, maka pengurus BMT akan bertemu ahli waris atau yang bersangkutan dan menyampaikan kebijakan kantornya untuk menghapus

pembiayaan. Akan tetapi, apabila terdapat suatu permasalahan apabila terjadi tunggakan dalam pembayaran maka pihak KSPPS akan melakukan komunikasi kepada anggotanya terlebih dahulu, jika alasan telat membayar tersebut karena usahanya yang sepi maka pihak KSPPS akan memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk menunggak dan dapat dibayar pada bulan selanjutnya. Akan tetapi, jika anggota masi ada yang tidak mau membayar hutangnya walaupun sudah diberi surat peringatan maka pihak KSPPS melakukan tidakan dengan membantu anggota menjualkan barang berharga yang anggota miliki.[4]

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan ke masyarakat yang bergabung menjadi anggota di KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung memperoleh tanggapan yaitu Ibu Tina adalah seorang Ibu Rumah Tangga, beliau merupakan anggota di KSPPS BMT Cahaya Umayyah. Beliau merupakan salah 1 (satu) anggota yang bergabung kurang lebih 3 tahun di BMT Cahaya Umayyah. Ibu Tina memperoleh informasi BMT tersebut melalui saudaranya sendiri yang sudah bergabung menjadi anggota di KSPPS. Menurut Ibu Tina lokasi KSPPS cukup strategis dekat dengan rumah beliau dan Jalan Raya dan produk yang beliau pilih yaitu Modal Kita Mikro (MKM), tidak ada jamninannya. Oleh sebab itu, beliau berminat dan tertarik untuk bergabung menjadi anggota di KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung. Ibu Tina mengatakan pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPPS juga sangat baik dan ramah, seperti yang beliau sampaikan bahwa

[4] Nanda Habib Firdaus, Wawancara dengan Ibu Tina anggota BMT Cahaya Umayyah, 3 Januari 2022.

“Pihak KSPSS sangat ramah ketika saya datang ke kantor untuk melakukan pembayaran, sejauh ini juga tidak ada pihak KSPPS yang menelpon saya pada saat jatuh tempo pembayaran, mungkinjuga karena saya membayar selalu tepat waktu jadi tidak pernah di telepon ya mbak”.[5]

Responden selanjutnya adalah Ibu Sari. Beliau merupakan anggota di KSPPS BMT Cahaya Umayyah. Ibu Sari sudah menjadi anggota di KSPPS selama 5 tahun. Beliau sudah mempertimbangkan dahulu sebelum bergabung menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyah. Sebelum bergabung menjadi anggota di KSPPS tersebut beliau mengatakan keuntungan menjadi anggota di KSPPS yaitu seperti yang beliau sampaikan bahwa “Saya memilih dan bertahan menjadi anggota di KSPPS ini karena produk yang saya pilih tidak ada jaminannya, dan Alhamdulillah karena pembayaran saya lancar pinjaman bisa naikkan oleh pihak KSPPS tersebut dari 5 juta menjadi 7 juta, dan pelayanan yang diberikan pihak KSPPS kepada saya juga baik”. Beliau mendapat infromasi mengenai KSPPS dari pengurusnya secara langsung yang lokasi nya dekat dengan rumah beliau, sehingga Ibu Sari menilai bahwa lokasi tersebut sudah cukup strategis bagi beliau.[6]

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Suci. Beliau adalah seorang pemiliki usaha warung sembako yang sudah menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyah selama 2 tahun yang ada di Tejoagung. Ibu Suci sudah mempertimbangkan dahulu sebelum bergabung menjadi anggota di BMT Cahaya Umayyaah. Dan beliau mendapat informasi mengenai KSPPS dari

[5] Ibu Tina, Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 4 Januari 2022.
[6] Ibu Sari, Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 5 Januari 2022.

promosi secara langsung yang dilakukan oleh pengurus KSPPS. Menurut Ibu Suci, lokasi BMT Cahaya Umayyah sudah cukup strategis karena dekat dengan tokonya. Keuntungan yang beliau dapat dengan menjadi anggota di KSPPS tersebut yaitu seperti yang beliau sampaikan bahwa "Saya memilih bergabung di BMT Cahaya Umayyah karena produk yang saya pilih tidak ada jaminannya, dan karena saya juga sibuk jaga warung jadi pengurus KSPPS yang datang ke toko untuk ambil setoran saya setiap bulannya". Oleh sebab itu, Ibu suci menjadi tertarik dan berminat untuk bergabung di KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung. Akan tetapi, beliau kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan kepada pihak KSPPS, karena pada saat pengurus KSPPS datang kerumah beliau untuk mengambil setoran, beliau menilai bahwa pengurus tersebut tidak ramah dan tidak murah senyum, sehingga Ibu Suci kurang nyaman dengan pelayanan tersebut.[7]

C. Analisis Strategi Pemasaran KSPPS Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Tidak Melakukan Tutup Rekening

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat dengan menggunakan rencana dan taktik yang matang, dengan begitu hasil yang di harapkan menjadi lebih meningkat. Berdasarkan analisis dari data yang telah diperoleh dari 4 (empat) informan penjelasan analisis adalah sebagai berikut :

1. Membangun Tempat Yang Strategis

[7] Ibu Suci, Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 6 Januari 2022.

Berdasarkanhasil wawancara dari Bapak Firdaus selaku Manager KSPPS BMT Cahaya Umayyah beliau mengatakan bahwa lokasi KSPPS sudah cukup strategis karena berdekatan dengan SPBU, Jalan Raya, dan Pasar. Hal ini selaras dengan penjelasan 3 (tiga) informan dimana mereka sudah mempertimbangkan dahulu sebelum memilih sebuah KSPPS yang akan mereka gunakan. Pernyataan tersebut sesuai dengan teori yg peneliti pilih dimana mereka mangkaji fakta-fakta yang ada mengenai KSPPS yang mereka pilih. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dan perusahaan dan lokasi yang startegis menjadi tolak ukur mereka untuk bergabung di BMT yang akan mereka pilih.

2. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan

Mendapatkan konsumen baru bagi bisnis adalah tujuan semua perusahaan, tapi mempertahankan loyalitas mereka adalah merupakan tantangan yang cukup berat. Setiap pelanggan memiliki karakter yang berbeda, jadi perlu strategi yang tepat yang telah terbukti hasilnya dan menjadi fleksibel ketika kondisi membutuhkannya, inilah pentingnya menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini selaras dengan penjelasan Ibu Suci bahwa pihak KSPPS memberikan rasa kepedulian terhadap anggotanya karena Ibu Suci tidak sempat membayar setoran ke kantor KSPPS maka pihak KSPPS yang mendatangi beliau untuk mengambil setoran setiap bulannya.

3. Memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan terhadap perusahaan dan para konsumennya

Setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan dan mempertahnkan kelangsungan hidupnya harus berusaha untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Segala bentuk sikap dan perbuatan akan mencerminkan penilaiaan untuk setiap perusahaan. Orang secara natural akan berasumsi produk yang perusahaan jual memiliki kualitas yang baik. Oleh karena itu pihak KSPPS harus memberikan pelayanan dan kepuasaan terhadap konsumennya yang akan berdampak besar pada bisnis yang dilakukan, dan teori tersebut sesuai dengan yang peneliti gunakan. Seperti yang di paparkan oleh Ibu Tina dan Ibu Sari bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak KSPSS terhadap mereka sudah baik, dengan pelayanan yang ramah dan murah senyum menjadi point yang perlu dipertahankan dalam setiap perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis di atas, menurut penulis KSPPS BMT Cahaya Umayyah sebaiknya terus mempertahankan anggota agar tetap loyal dengan meningkatkan mutu pelayanan dan harus melakukan promosi lebih gencar untuk memasarkan produk nya di KSPPS BMT Cahaya Umayyah. Serta memanfaatkan adanya perkembangan teknologi di era modern ini guna untuk menjadi daya tarik masyarakat agar mau bergabung di KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung. Hal ini bisa dilakukan dengan didukung untuk peningkatan fitur produk, teknologi

yang berkembang maupun pelayanan yang diberikan karyawan BMT Cahaya Umayyah untuk meningkatkan volume penjualan. Selain itu, pihak manager juga perlu menerapkan alternative strategi lain agar mampu mempertahankan anggota agar tidak melakukan tutup rekening.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Cahaya Umayah akan berjalan secara efektif dan efisien dalam meraih hasil yang maksaimal dan baik. Sehingga memberikan pengaruh yang signifikan dalam peningkatan jumlah anggota dan mempertahankan anggota agar tidak melakukan tutup rekening serta mensejahterakan masyarakat lewat permodalan yang diberikan BMT Cahaya Umayyah kepada masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah untuk mempertahankan anggota agar tidak melakukan tutup rekening. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BMT Cahaya Umayyah telah berjalan secara efektif dan efisien yaitu dengan menerapkan prinsip membangun tempat yang strategis, karena lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dan perusahaan. dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dengan cara mengadakan pertemuan bulanan pada setiap anggota dan pengurusnya, serta memberikan pelayanan yang baik dan kepuasan terhadap anggota KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti menyampaikan saran-saran kepada :

1. KSPPS BMT Cahaya Umayyah

   BMT Cahaya Umayyah disarankan agar lebih giat lagi dalam melakukan pemasaran, tidak hanya promosi secara offline saja, tetapi juga perlu melakukan promosi di media sosial juga atau dengan menggunakan alat promosi lainnya. Hal ini dikarenakan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang sistem operasional BMT

serta produk-produknya. dan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan KSPPS BMT Cahaya Umayyah di Tejoagung. Serta pihak KSPPS perlu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap anggota agar bisa mempertahankan anggota agar tidak melakukan tutup rekening.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat mengetahui keberadaan BMT Cahaya Umayyah dan masyarakat yang sudah bergabung menjadi anggota di KSPPS agar terus bertahan karena adanya loyalitas dan layanan yang baik yang telah diberikan oleh pihak KSPPS kepada anggota.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Boedi. *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.

Al Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.

Andespa, Roni. "Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan," 2, 1 (2016).

Arikunto, Suharismi. *Dasar-Dasar Research*. Bandung: Tarsoto, 1995.

Beni Ahmad Saebani, Boedi Abdullah. *Metode Penelitian*. Metode Penelitian, n.d.

Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, Desember 2021.

Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, 10 November 2021.

Dokumentasi KSPPS BMT Cahaya Umayyah, 10 November 2021.

Doni Juni, Priansah. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.

Entaresmen, 3.R. Ajeng. "Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT, Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X," 1, 9 (2016).

Firdaus, Nanda Habib. Wawancara dengan Manajer BMT Cahaya Umayyah, 27 Juni 2021. Tejoagung.

Habib Firdaus, Nanda. Wawancara dengan Ibu Tina anggota BMT Cahaya Umayyah, 3 Januari 2022.

Haryono, Tulus. "Pentingnya Menjaga dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis," 1, 3 (2010).

Ibu Sari. Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 5 Januari 2022.

Ibu Suci. Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 6 Januari 2022.

Ibu Tina. Wawancara dengan anggota BMT Cahaya Umayyah, 4 Januari 2022.

Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Jumingan, Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Kasiram, Moh. *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitaif*. Malang: UIN Malik Pers, 2010.

Kusma Yani, Wawo. “Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Di Kelurahan Nusa Indah Kota Bengkulu,” 2, 2 (n.d.).

Kusrini, Eni. “Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Produk Simpanan Pada BRI Syariah,” 1, 2 (2019).

Lexy J, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.

Muhamad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Rajawali Pers, n.d.

Pramudyo, Anung. “Mewujudkan Pelayanan Yang Memuaskan Pada Pelanggan,” 1, 3 (n.d.).

Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2017.

Rachmat. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.

Ridwan, Ahmad Hasan. *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.

Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2011.

Silvia, Wiwi. “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tresuri Pada PT Bank BNI Wilayah Medan,” 2, 9 (2019).

Siregar, Selamat. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri Cabang Krakatau Medan,” 2, 1 (2015).

Sugiyono. *Metode Penelitian*, n.d.

———. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

———. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2016.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3179/In.28.1/J/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT *BIMBINGAN SKRIPSI***

Kepada Yth.,
Aisyah Sunarwan (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-
Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	: **OKTA WIDIANA WATI**
NPM	: 1804101070
Semester	: 7 (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah
Judul	: STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
   a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
   b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Oktober 2021
Ketua Jurusan
Perbankan Syariah

Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP 19810121 201503 1 002

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2354/In.28/J/TL.01/08/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
MANAJER BMT CAHAYA UMAYYAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama	:	**OKTA WIDIANA WATI**
NPM	:	1804101070
Semester	:	7 (Tujuh)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah
Judul	:	STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MENGURANGI ANGGOTA MELAKUKAN TUTUP REKENING (STUDI KSPPS KASUS BMT CAHAYA UMAYYAH DI TEJOAGUNG)

untuk melakukan prasurvey di BMT CAHAYA UMAYYAH, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya prasurvey tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 Agustus 2021
Ketua Jurusan,

Dliyaul Haq M.E.I.
NIP 19810121 201503 1 002

Dipindai dengan CamScanner

KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT CAHAYA UMAYYAH
Alamat Kantor : Kelurahan Tejoagung, Metro Timur, Kota Metro. Kode Pos: 34112
Telp. 0813 6736 6734 E-mail: bcu.cahayaumayyah@gmail.com

Nomor : 11.020/SB/BCU-UMK/XIII/2021
Perihal : ***Surat Balasan Izin Prasurvey***
Lampiran : -

Kepada Yth,
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syari'ah
di IAIN Metro

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Berdasarkan surat dari IAIN Metro No : B-2354/In.28/J/TL.01/08/2021 perihal permohonan *Izin Prasurvey*. Berkenaan dengan hal tersebut diatas dengan ini kami memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan *Prasurvey* di KSPPS BMT Cahaya Umayyah Unit Modal Kita dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi sampai dengan selesai, berikut identitasnya :

Nama	: Okta Widiana Wati
NPM	: 1804101070
Semester	: 7 (Tujuh)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari'ah

Demikianlah surat balasan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya dengan lembaga kami diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Tejoagung, 30 Agustus 2021
KSPPS BMT Cahaya Umayyah

BMT CAHAYA UMAYYAH
TEJOAGUNG METRO TIMUR
BHL NO. 0[illegible]/M.KHKM/[illegible]/IX/2016

Nanda Habib Firdaus, S.Pd
Manager

Dipindai dengan CamScanner

INSTRUMEN NON TES

OLEH :

OKTA WIDIANA WATI

STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING

(Studi Kasus KSPPS BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung)

1. Tujuan Pembuatan Instrumen

Instrumen ini dirancang untuk mengetahui Strategi Pemasaran Kspps Bmt Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening

2. Definisi Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan serta mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat dengan menggunakan rencana dan taktik yang matang, dengan begitu hasil yang di harapkan menjadi lebih meningkat.[1]

Dalam strategi pemasaran upaya yang perlu dilakukan adalah membangun tempat yang strategis, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, kemudian memberikan pelayanan yang baik dengan memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pihak yang berkepentingan seperti perusahaann serta para konsumennya, karena kualitas pelayanan adalah kunci dan harus menjadi prioritas dalam strategi pemasaran. Promosi juga menjadi salah satu strategi yang penting dilakukan dengan memasarkan produk unggulannya dalam setiap perusahaan seperti murabahah,wakalah,dan mudharabah, yang di promosikan menggunakan sosial media seperti instagram dan facebook.[2]

Dengan memberikan pelayanan yang baik dan menggunakan strategi pemasaran seperti strategi pemasaran,serta memasarkan produk unggulan maka sebuah perusahaan akan mampu bertahan serta berkembang pada masa yang akan datang.

---

[1] Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014).

[2] Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jawa Barat: CV Pustaka Setia, 2017).

Dipindai dengan CamScanner

b. Baitul Mal Wat Tamwil

BMT adalah organisasi bisnis yang juga berperan sosial. Fungsi dari Baitul Mal Wat Tamwil sendiri meliputi upaya pengumpulan dana zakat, infaq, sedekah, wakaf, dan sumber dana-dana sosial yang lain.

Dalam melaksanakan usahanya BMT, berpegang teguh pada prinsip utama yaitu Keimanan dan Ketaqwaan kepada Allah SWT. Kekeluargaan, dengan mengutamakan kepentingan bersama diatas kepentingan pribadi. Kebersamaan, yaitu dengan kesatuan pola pikir dan sikap. dan Profesionalisme, yaitu semangat kerja yang tinggi yang dilandasi dengan dasar keimanan. Kemudian Istiqomah, yang artinya konsisten dan tanpa pernah putus asa.[3]

3. Kisi-Kisi Instrumen

Instrumen penelitian yang dipilih untuk mengetahui Strategi Pemasaran Kspps BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening Di Tejoagung. Respondennya sendiri yaitu Bapak Nanda Firdaus dikarenakan beliau yang tepat untuk dijadikan informan untuk menggali sejarah berdirinya BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung dan untuk memperoleh informasi.

a) Wawancara

STRATEGI PEMASARAN

	Indikator	Pertanyaan
Strategi Pemasaran	Strategi pemasaran adalah upaya untuk mengenalkan suatu produk maupun jasa pada masyarakat dengan menggunakan sistem online yaitu strategi promosi yang dipromosikan menggunakan sosial media seperti instagram dan facebook. Kemudian pada sistem offline nya strategi yang dilakukan adalah	**Manajer BMT Cahaya Umayyah :** 1. Bagaimana bapak dan tim mengenalkan produk yang ada di BMT ini terhadap masyarakat? 2. Produk apa sajakah yang digunakan di KSPPS BMT Cahaya Umayyah kepada masyarakat? 3. Apakah pihak BMT juga melakukan promosi melalui media online? 4. Media online apa sajakah yang digunakan dalam strategi promosi BMT Cahaya Umayyah? 5. Apakah BMT Cahaya Umayyah

[3] Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Mal Wat Tamwil* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013).

Dipindai dengan CamScanner

	menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan,membangun tempat yang strategis, kemudian memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap perusahaan dan para konsumennya, karena kualitas pelayanan adalah kunci dan harus menjadi prioritas dalam strategi pemasaran.	juga melakukan strategi promosi secara langsung di masyarakat? 6. Bagaimana pihak BMT menjalin hubungan yang baik dengan anggota yang telah bergabung dengan BMT Cahaya Umayyah? 7. Apakah menurut Bapak keberadaan BMT Cahaya Umayyah berada di tempat yang strategis?

BAITUL MAL WAT TAMWIL

	Indikator	Pertanyaan
Baitul Mal Wat Tamwil	BMT adalah organisasi bisnis berperan sosial yang berfungsi sebagai tempat pengumpulan dana zakat,infaq,sedekah,wakaf,dan sumber dana sosial lainnya. Usaha BMT berpegang teguh pada prinsip utama yaitu keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, Kekeluargaan, Kebersamaan, dan Profesionalisme.	**Manager BMT Cahaya Umayyah:** 1. Apakah tersedia layanan Zakat,Infaq,dan Sodaqoh di KSPPS BMT Cahaya Umayyah ? 2. Apakah pihak BMT Cahaya Umayyah ikut berbelasungkawa ketika ada salah satu anggota yang terkena musibah (keluarga anggota meningga)? 3. Apabila terdapat suatu permasalahan seperti tunggakan dalam pembayaran bagaimana cara menyelesaikan masalahnya? **Anggota KSPPS BMT Cahaya Umayyah :** 1. Sudah berapa lama ibu bergabung di KSPPS BMT Cahaya Umayyah? 2. Apakah menurut Ibu BMT ini cukup strategis? 3. Darimana Ibu mengetahui

Dipindai dengan CamScanner

		mengenai BMT? 4. Apakah Ibu juga memperoleh informasi dari media sosial seperti Instagram dan Facebook? 5. Bagaimana pelayanan yang diberikan pihak BMT terhadap Ibu? Apakah sudah cukup baik? 6. Menurut Ibu apakah keunggulan dari KSPPS BMT Cahaya Umayyah? 7. Dari sekian banyak layanan, mana yang menurut ibu kurang nyaman? 8. Bagaimana sikap BMT dalam menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan, apakah Ibu sering di telepon ketika sudah jatuh tempo

b) Dokumentasi

1. Buku-buku yang berkaitan dengan penelitian
2. Data yang berkaitan dengan penelitian di Kspps BMT Cahaya Umayyah Di Tejoagung
3. Foto Wawancara

Metro, 27 Januari 2022

Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd
NIDN. 0207021301

Peneliti

Okta Widiana Wati
NPM. 1804101070

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Okta Widiana Wati Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1804101070 Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 27/1/2022	Bimbingan APD	
	Selasa 1/2 2022	Revisi bimbingan APD	
	Kamis 3/2 2022	ACC instrumen penelitian (APD)	

Dosen Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd
NIDN. 0207021301

Mahasiswa Ybs,

Okta

Okta Widiana Wati
NPM. 1804101070

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. HajarDewantaraKampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Okta Widiana Wati Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI

NPM : 1804101070 Semester / T A : VIII / 2022

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 7 April 2022	- perhatikan lagi typo yang masih banyak terjadi - cek sistematika penulisan berdasar buku pedoman - tentukan lagi dari narasumber perlu ditambah untuk memperkuat penelitian yang akan diteliti - Data dari anggota juga perlu ditambah untuk mengetahui strategi pemasaran yang ditempuh BMT	

Dosen Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd
NIDN. 0207021301

Mahasiswa Ybs,

Okta Widiana Wati
NPM. 1804101070

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id Website :www.fuad.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Okta Widiana Wati** **Fakultas/Jurusan : PBS /FEBI**

NPM : **1804101070** **Semester/TA** : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 19/5 2022	- perjelas setiap paragraf - tambahkan analisis dari data yang telah di kumpulkan dan di deskripsikan - perbaiki bahasa yang benar bab I - V	
	Selasa 24/5 2022	.lengkapi dari Bab I - V, lampiran - selesai	

Dosen Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd.
NIDN. 0207021301

Mahasiswa ybs,

Okta Widiana Wati
NPM 1804101070

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI(IAIN) METRO
FAKULTAS USHULUDIN, ADAB DAN DAKWAH
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : iain@metrouniv.ac.id Website :www.fuad.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Okta Widiana Wati** **Fakultas/Jurusan : PBS /FEBI**

NPM : **1804101070** **Semester/TA** : **VIII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 31 Mei 2022	ACC BAB I - V	

Dosen Pembimbing

Aisyah Sunarwan, M.Pd.
NIDN. 0207021301

Mahasiswa ybs,

Okta Widiana Wati
NPM 1804101070

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1041/In.28/D.1/TL.01/04/2022

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**OKTA WIDIANA WATI**
NPM	:	1804101070
Semester	:	8 (Delapan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 05 April 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat

BMT CAHAYA UMAYYAH
NANDA MAGIG FIRDAUS, SE

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1042/In.28/D.1/TL.00/04/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
MANAGER KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1041/In.28/D.1/TL.01/04/2022, tanggal 05 April 2022 atas nama saudara:

Nama	: **OKTA WIDIANA WATI**
NPM	: 1804101070
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN KSPPS BMT CAHAYA UMAYYAH DALAM UPAYA MEMPERTAHANKAN ANGGOTA AGAR TIDAK MELAKUKAN TUTUP REKENING".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 05 April 2022
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

Dipindai dengan CamScanner

KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARIAH (KSPPS)
BMT CAHAYA UMAYYAH
Alamat Kantor : Kelurahan Tejoagung, Metro Timur, Kota Metro. Kode Pos: 34112
Telp. 0813 6736 6734 E-mail: bcu.cahayaumayyah@gmail.com

Nomor : 11.08/SB/BCU-UMK/IV/2022
Perihal : ***Surat Balasan Izin Research***
Lampiran : -

Kepada Yth.,
Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di IAIN Metro

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat dari IAIN Metro No : 1042/In.28/D.1//TL.00/04/2022 perihal permohonan *Izin Research*. Berkenaan dengan hal tersebut diatas dengan ini kami memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan *Research* di KSPPS BMT Cahaya Umayyah dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi sampai dengan selesai, berikut identitasnya :

Nama	: Okta Widiana Wati
NPM	: 1804101070
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari'ah

Demikianlah surat balasan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas kerjasamanya dengan lembaga kami diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Tejoagung, 19 April 2022
KSPPS BMT Cahaya Umayyah

Nanda Habib Firdaus, S.Pd
Manager

Dipindai dengan CamScanner

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-636/In.28/S/U.1/OT.01/06/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: Okta Widiana Wati
NPM	: 1804101070
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804101070

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Juni 2022
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Okta Widiana Wati
NPM : 1804101070
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran KSPPS BMT Cahaya Umayyah Dalam Upaya Mempertahankan Anggota Agar Tidak Melakukan Tutup Rekening** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 24%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Juni 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007

DOKUMENTASI

Wawancara bersama Bapak Nanda Firdaus manager KSPPS BMT Cahaya Umayyah

Wawancara bersama Ibu Tina anggota KSPSS

Wawancara bersama Ibu Tina anggota KSPPS

Wawancara bersama Ibu Sari

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama, Okta Widiana Wati lahir pada tanggal 11 Oktober 1999 di Metro, Lampung. Peneliti lahir dari pasangan Bapak Ismail dan Ibu Sri Astuti. Peneliti merupakan anak Kelima dari lima bersaudara.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 8 Metro Timur, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 7 Metro Timur, lulus pada tahun 2015, kemudian melanjutkan di SMA Negeri 4 Metro, lulus pada tahun 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur UM-PTKIN.