

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA
PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI
KECAMATAN SENDANG AGUNG
(Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang
Agung Lampung Tengah)**

Oleh:

**LAILATUL ISTIQOMAH
NPM. 1804102022**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITIT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2022 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA
PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI
KECAMATAN SENDANG AGUNG
(Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang
Agung Lampung Tengah)**

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

Oleh :

LAILATUL ISTIQOMAH
NPM. 1804102022

Dosen Pembimbing: Upia Rosmalinda, M.E.I

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 Permohonan untuk Di Munaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : **LAILATUL ISTIQOMAH**
NPM : 1804102022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Mei 2022
Dosen Pembimbing



Upia Rosmalinda, M.E.I

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)**

Nama : **LAILATUL ISTIQOMAH**

NPM : 1804102022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Mei 2022
Dosen Pembimbing


Upia Rosmalinda, M.E.I



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. B-2341 /In-28.3 /D / PP.00.9 /06/2022

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah), disusun Oleh: LAILATUL ISTIQOMAH, NPM: 1804102022, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin, 30 Mei 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Upia Rosmalinda, M.E.I

(.....)

Penguji I : Selvia Nuriasari, M.E.I

(.....)

Penguji II : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I

(.....)

Sekretaris : Yudhistira Ardana, M.E.K

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kc Sendang Agung Lampung Tengah)

Oleh:

LAILATUL ISTIQOMAH
NPM 1804102022

Pemasaran yaitu suatu hal yang telah direncanakan oleh seseorang dalam jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan tertentu serta target perusahaan mampu berhasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Salah satu lembaga keuangan yang memberikan penawaran produk simpanan ceria prima adalah BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu simpanan tersebut dapat diambil sewaktu-waktu dan adanya sistem jempot bola. Dalam beberapa tahun terakhir produk simpanan tersebut mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Peneliti memilih jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran produk simpanan ceria prima dalam upaya untuk menarik minat masyarakat di Kecamatan Sendang Agung. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul maka peneliti menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode induktif.

Hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BMT Assyafi'iyah untuk menarik minat masyarakat pada produk simpanan ceria prima adalah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu 4P meliputi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Dan langkah awal strategi pemasaran yang digunakan adalah promosi, promosi yang dilakukannya yaitu dengan sosialisasi mendatangi daerah-daerah yang belum dijangkau oleh pihak BMT Assyafi'iyah, membagikan brosur, mendatangi rumah ke rumah (*door to door*), melalui pendekatan ke masyarakat yaitu jamaah ibu muslimat dan bapak-bapak yasinan, mengenalkan aplikasi ceria digital dan menjelaskan kegunaan aplikasi tersebut, dan strategi yang paling jitu adalah dengan memanfaatkan program sosialnya yaitu program baitul maal.

Kata Kunci: *Marketing Mix, Anggota BMT & Simpanan Ceria Prima*

ORISINILITAS PENELITIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailatul Istiqomah

NPM : 1804102022

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, Mei 2022
Yang Menyatakan,



Lailatul Istiqomah
NPM.1804102022

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Peyanyang kepadamu. (Q.S An-Nisa: 29)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah tiada kata selain yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT, dengan rasa bahagia peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta Ayahanda Sobari Alm dan Ibu Mujiati yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kakak laki-laki ku Habib Bukhori, yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta keluarga besarku terimakasih atas semua doanya dan nasehat untukku sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. Kepada pembimbing saya Ibu Upia Rosmalinda, M.E.I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Teman-teman terbaikku Astri Nur Affani, Bella Kartika, Cindy Hantika Putri, Resti WP, Rika Agustina, Putri Rahmawati, Asa Taskia, yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Serta Almamater peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang beruntung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan di Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya menyesuaikan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Upia Rosmalinda, M.E.I selaku Pembimbing yang telah 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.

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

Metro, April 2022
Peneliti,



Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul.....	i
HALAMAN Judul	ii
HALAMAN Nota Dinas.....	iii
HALAMAN Persetujuan	iv
HALAMAN Pengesahan	v
HALAMAN Abstrak	vi
HALAMAN Orisinalitas Penelitian	vii
HALAMAN Motto	viii
HALAMAN Persembahan.....	ix
HALAMAN Kata Pengantar.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB IPENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Penelitian Relevan	10

BAB IILANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima	14
1. Pengertian Strategi Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	16
B. Minat Masyarakat	18
1. Pengertian Minat.....	18
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	19
3. Indikator Minat	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	22
B. Sumber Data.....	23
C. Teknik Pengumpulan Data.....	24
D. Teknik Analisis Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.....	29
1. Sejarah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.....	29
2. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.....	31
3. Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah	32
4. Produk BMT Assyafi'iyah Berkah Nasioanal KC Sendang Agung	33
B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat	35
C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat	49

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	52
B. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.....	32
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Blangko Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Surat Izin Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Research
6. Alat Pengumpulan Data (APD)
7. Outline
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Dokumentasi
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi ialah program yang digabungkan, menyeluruh, dan teratur yang melibatkan keunggulan strategi perusahaan beserta tantangan lingkungan yang akan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat dicapai yaitu melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan tersebut.¹Strategi merupakan suatu proses program jangka panjang yang di implementasikan dalam semuacarabisnis organisasi untuk menghadapi persaingan dan mencapai visi perusahaan.²Strategi pemasaran ialah suatu hal paling berpengaruh untuk perusahaan, dimana strategi pemasaran itu adalah sesuatu usaha untuk mencapai suatu tujuan dari sebuah perusahaan.³ Aktivitas pemasaran mampu dilakukan melalui beberapa pendekatan, salah satunya ialah bauran pemasaran (*Marketing Mix*) terdiri 4P yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).Menggunakan 4P karena 4P merupakan komponen dasar yang menjadi patokan awal agar sebuah produk yang ada dapat dikenal luas di masyarakat dan 4P tersebut jika di kombinasikan dengan sebaik mungkin maka akan menghasilkan pomosi yang tepat untuk sebuah produk tersebut dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

¹ Ismail, *Manajemen Strategi* (Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 7.

² Zuriani Ritonga, *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)* (Sleman: DEEPUBLISH (Grup Penerbit CV Budi Utama, 2020), 46.

³ Wiwit Agus Triyanto, "Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk", *Jurnal SIMETRIS* No. 1/April 2015, 183

Menarik adalah sesuatu yang mempunyai ciri yang dapat membawa tingkah laku masyarakat yang mengakibatkan adanya keinginan untuk mendekati sumber perangsang. Minat adalah suatu keinginan yang mengakibatkan seseorang berupaya untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas didalam bidang tertentu.⁴ Di BMT Assyafiiyah terdapat tujuh produk simpanan yaitu simpanan ceria prima, simpanan ceria utama, simpanan ceria pintar, simpanan ceria qur'ban, simpanan ceria ketupat, simpanan ceria ihrom dan simpanan ceria berkah berjangka syariah.

Tabel 1.1

Berikut ini adalah Data Jumlah Anggota Pada Produk Simpanan di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah

Produk Simpanan	2018	2019	2020
Ceria Prima	1.703	1.891	2.038
Ceria Utama	512	520	520
Ceria Pintar	215	221	226
Ceria Qur'ban	12	12	12
Ceria Ketupat	7	11	11
Ceria Ihrom	-	-	-
Ceria Berkah 3 bln	5	11	10
Ceria Berkah 6 bln	10	18	22
Ceria Berkah 1 thn	21	31	37

Sumber: Data BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah

Pada masing-masing simpanan tersebut memiliki kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Produk simpanan ceria prima menggunakan "akad wadiah yad dhomanah", akad wadiah yad dhomanah ialah akad penitipan uang, dimana pihak yang di titipi dapat menggunakan uang tersebut. Tetapi jika uang itu rusak atau hilang, maka pihak yang di titipi

⁴Galih Adi Nugraha, "Ketertarikan Sosial Orang Asing Tentang Minat Tinggal Di Kota Solo", *Jurnal Ilmiah Berkala Psikologi*, No. 2/November 2009, 15.

harus bertanggung jawab untuk menggantinya.⁵ Simpanan ceria prima penyetoran permulaan minimum Rp. 10.000 dan saldo tabungan minimum Rp. 10.000. Kelebihan dari produk simpanan ceria prima dapat diambil sewaktu-waktu, mendapatkan bagi hasil, bagi hasil akan selalu berubah-ubah nominalnya tergantung dari pendapatan atau keuntungan yang didapatkan oleh BMT, dan mendapatkan gebyar hadiah. Dan tidak ada keunggulan yang lain, serta kelemahannya saldo simpanannya tidak terlalu besar karena ketika membutuhkan selalu diambil. Di simpanan ceria prima bonus yang di dapatkan anggota adalah dalam bentuk barang. Di setiap tahunnya barang yang diberikan selalu berbeda-beda. Barang tersebut misalnya lemari Olympic, lemari Napoli, dispenser, open, blender, *rice place* (tempat beras), magicom, setrika, teko bunyi, tempat kue, kaos BMT, karpet plastik, tremos karakter dan sebagainya.

Simpanan ceria utama yaitu simpanan perseorangan dengan laba yang dijumlah berdasarkan selisih pada umumnya dibagikan setiap bulan, penyetoran awal Rp. 10.000 serta selisih pada umumnya minimum Rp. 10.000, kelebihannya dapat diambil sewaktu-waktu dan kelemahannya tidak mendapatkan bagi hasil. Simpanan ceria pintar untuk keperluan pendidikan. Saldo pembukaan Rp. 10.000 dan saldo minimum Rp. 5.000. Kelebihannya saldo min Rp. 5.000, kelemahannya tidak bisa diambil

⁵ Mahmudatus Sa'diyah, *Fiqh Muamalah II (Teori dan Praktik)* (Jawa Tengah: UNISNU PRESS, 2019), 17.

untuk keperluan lain kecuali untuk keperluan pendidikan.⁶ Simpanan ceria qur'ban, kelebihan yang pihak BMT dapat membantu masyarakat dengan cara menyimpan uangnya untuk keperluan qurban, mendapatkan bonus plastik, kelemahannya tidak mendapatkan bagi hasil. Simpanan ceria ketupat ialah tabungan dengan penyetorannya terdapat batas jangka khusus dan sistem paket yang berlaku. Kelebihan mendapatkan bingkisan lebaran, kelemahannya tidak bisa diambil sewaktu-waktu, ketika tidak sesuai dengan setorannya maka dianggap gugur. Simpanan ceria ihrom kelebihan dapat membantu masyarakat yang ingin melaksanakan haji atau umroh yaitu dengan cara menitipkan uangnya ke BMT, mendapatkan bonus yang menarik, kelemahannya tidak bisa diambil kecuali untuk keperluan haji atau umroh. Simpanan ceria berkah berjangka syariah adalah sama saja dengan deposito. Simpanan berkah terdapat tiga jenis yaitu jangka 3 bulan, jangka 6 bulan dan jangka 1 tahun. Kelebihan yakni bagi hasil atau nisbah lebih besar dari pada simpanan-simpanan yang lain. Kelemahannya tidak dapat diambil sebelum jatuh tempo walaupun untuk keperluan anggota yang sangat mendesak. Di BMT Assyafi'iyah tidak adanya potongan administrasi jika anggota yang tidak menggunakan aplikasi ceria digital akan tetapi jika anggota menggunakan aplikasi ceria digital maka akan mendapatkan potongan disetiap bulannya yaitu Rp. 1000, dan di BMT tidak ada minimal dan maksimal penarikan akan tetapi ada pada saat menyimpan, dengan

⁶Wawancara dengan Bapak Muhammad Hudaifah selaku Pimpinan di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah, tentang jenis simpanan di BMT pada tanggal 22 September 2021.

minimal setoran awal serta selisih pada umumnya adalah Rp. 10.000 kecuali di simpanan ceria pintar dengan minimal saldo adalah Rp. 5.000.

Di BMT Assyafi'iyah sekarang ini mulai menggunakan aplikasi digital seperti halnya dengan Bank-bank yang sudah terlebih dahulu menggunakan aplikasi digital, aplikasi digital yang digunakan oleh pihak BMT Assyafi'iyah adalah aplikasi ceria digital Assyafi'iyah di BMT Assyafi'iyah mulai menggunakan aplikasi ceria digital kurang lebih pada tahun 2018. Dan pihak BMT juga melakukan promosi aplikasi ceria digital melalui media sosial seperti *facebook* ataupun *whatsapp* agar masyarakat tertarik untuk bergabung di BMT Assyafi'iyah. Apabila anggota atau anggota yang telah resmi menjadi anggota di BMT Assyafi'iyah maka dapat menggunakan layanan aplikasi tersebut, di layanan aplikasi ceria digital Assyafi'iyah anggota BMT Assyafi'iyah dapat mengakses aplikasi tersebut misalnya untuk melihat saldo simpanan, catatan transaksi pada rekening tabungan yang menunjukkan aktivitas dana masuk dan keluar, serta adanya layanan membeli pulsa HP, pulsa listrik, membayar BPJS dan lain sebagainya. Untuk masyarakat Sendang Agung sendiri sudah banyak yang mulai menggunakan aplikasi tersebut, akan tetapi ada beberapa masyarakat yang belum faham mengenai fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi tersebut, tapi ada beberapa anggota yang sudah mulai faham. Di layanan aplikasi ceria digital dapat digunakan selama 24 jam. Dengan adanya aplikasi ceria digital Assyafi'iyah maka akan mempermudah

anggota dalam melakukan transaksi ataupun mempermudah untuk melihat saldo.⁷

Kemudian pada masa pandemic *covid* berlangsung di BMT Assyafi'iyah tidak ada strategi tertentu untuk menarik minat masyarakat, strategi yang digunakan sama saja baik sebelum atau setelah pandemic *covid*. Akan tetapi pada masa pandemic *covid*, yang dilakukan pihak BMT adalah dengan melakukan promosi lebih ke lembaga, seperti sekolah karena di sekolah-sekolah pengendapannya lebih lama. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Suripah sebagai pengguna produk simpanan ceria prima, tertarik menggunakan produk tersebut karena simpanannya dapat diambil kapan saja, persyaratannya hanya membutuhkan KTP saja, kemudian adanya pihak BMT yang mempermudah proses menabung yakni dengan cara menjumpai keberadaan anggotanya yang rumahnya dekat dengan BMT. Kemudian ibu Suripah mulai menyimpan uangnya di BMT sejak tahun 2012, ibu Suripah tertarik untuk menyimpan uangnya di BMT karena adanya pihak BMT yang melakukan promosi ke ibu Suripah, promosi tersebut dilakukan di pasar. Dan pihak BMT memberikan solusi ke ibu Suripah agar uangnya dapat disimpan di BMT daripada disimpan di rumah sendiri.⁸

Kemudian peneliti mewawancarai ibu Mujiati yang belum menyimpan uangnya di BMT, dikarenakan trauma karena uangnya di

⁷Wawancara dengan Bapak Muhammad Hudaifah selaku pimpinan BMT Assyafi'iyah pada tanggal 24 Februari 2022.

⁸Wawancara dengan Ibu Suripah selaku Anggota di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Pada Tanggal 12 September 2021.

BMT di bawa kabur dan tidak adanya tanggung jawab dari pihak BMT untuk mengembalikannya.⁹Dimasa sekarang ini banyak lembaga non keuangan salah satunya adalah BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung. Salah satu produk di BMT Assyafi'iyah adalah produk simpanan ceria prima, yang sangat diminati oleh masyarakat, karena produk simpanan ini adalah jenis tabungan yang dapat diambil kapan saja dan tidak harus menunggu jatuh tempo terlebih dahulu, dan tidak ada batas waktu jika ingin menabung dan mendapatkan bagi hasil. Berdasarkan hasil pra survey yang sudah peneliti lakukan di BMT Assyafi'iyah KC. Sendang Lampung Tengah dapat diketahui bahwa total nasabah pada tiga tahun terakhir adanya kenaikan di setiap tahunnya. Dan berikutnya ialah daftar total anggota pada tiga tahun terakhir di BMT Assyafi'iyah KC. Sendang Agung yang telah mengalami peningkatan.¹⁰

Tabel 1.2

Data Jumlah Anggota Produk Simpanan Ceria Prima di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah

Tahun	Jumlah Anggota
2018	1.703
2019	1.891
2020	2.038

Sumber: Data BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Kec. Sendang Agung Lampung Tengah

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah anggota di tiap tahun adanya kenaikan. Untuk tahun 2018 sebanyak 1.703 dengan

⁹Wawancara dengan Ibu Mujiati Pada Tanggal 09 November 2021.

¹⁰Wawancara dengan Bapak Muhammad Hudaifah selaku pimpinan BMT Assyafi'iyah KC. Sendang Agung Pada Tanggal 07 September 2021.

rincian anggota laki-laki berjumlah 837 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 654.592.145 dan anggota perempuan berjumlah 866 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 624.905.003 dan pendapatan simpanan diakumulasikan selama satu tahun dengan total Rp. 1.279.497. Tahun 2019 sebanyak 1.891 dengan rincian anggota laki-laki berjumlah 961 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 706.599.594 dan anggota perempuan berjumlah 930 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 595.609.610 dan pendapatan simpanan diakumulasikan selama satu tahun dengan total Rp. 1.302.209.204 dan pada tahun 2020 sebanyak 2.038 dengan rincian anggota laki-laki berjumlah 1.052 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 548.348.285 dan anggota perempuan berjumlah 986 anggota dengan total pendapatan simpanan sebesar Rp. 616.676.628 dan pendapatan simpanan diakumulasikan selama satu tahun dengan total Rp. 1.165.024.913. dalam tiga tahun terakhir dapat diketahui bahwa pendapatan simpanan berubah-ubah dan di tabel tersebut terlihat bahwa pada tahun 2018 sampai tahun 2020 yang menggunakan produk simpanan ceria prima mengalami peningkatan sebanyak 335 anggota dari total keseluruhan. Selama musim pandemi *covid* berlangsung jumlah anggota mengalami peningkatan akan tetapi untuk nominal di awal pandemi *covid* mengalami penurunan yang tidak drastis.¹¹ Dan peneliti tertarik meneliti karena menemukan permasalahan di BMT dimana salah satu produk yang ada di BMT paling

¹¹Wawancara dengan Bapak Muhammad Hudaifah selaku Pimpinan di BMT Assyafi'iyah pada tanggal 17 November 2021.

banyak peminatnya dan produk simpanan ceria prima selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya dan masyarakat lebih tertarik menggunakan produk simpanan ceria prima dibandingkan menggunakan produk yang lain. Berdasarkan pemaparan tabel diatas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi apa yang digunakan oleh BMT Assyafi'iyah untuk menarik minat masyarakat yang ada di Kec. Sendang Agung Lampung Tengah yang mengakibatkan adanya peningkatan anggota di setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti, peneliti memutuskan untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BMT dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut yaitu: Bagaimana Strategi Pemasaran dalam menarik minat anggota terhadap produk simpanan ceria prima pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk simpanan ceria prima dalam upaya untuk menarik minat masyarakat di Kecamatan Sendang Agung di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian tersebut ialah:

- a. Secara teoritis, dari penelitian ini diharapkan mampu berguna sebagai sumbangsih ide yang mampu memperbanyak informasi dalam bentuk meningkatkan pemikiran tentang apa saja strategi pemasaran di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung di tengah-tengah masyarakat.
- b. Secara praktis, bagi karyawan hasil penelitian ini dapat diharapkan bermanfaat sebagai acuan semangat bahwa pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan ilmu tentang strategi pemasaran lembaga non Bank.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penjelasan yang tersusun tentang hasil penelitian terdahulu (*prior research*) yang berkenaan tentang masalah yang akan dikaji.¹² Berdasarkan pencarian yang dilakukan,

¹² Zuhairi dkk, *Pedoman Penelitian Skripsi* (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018), 52.

peneliti mendapatkan beberapa karya ilmiah yang terkait dengan pembahasan peneliti yaitu :

1. Penelitian Nani Fitriani IAIN Metro yang berjudul “Strategi Bank Dalam Menarik Minat Anggota Pada Investasi Mudharabah BPRS Aman Syariah Sekampung”. Hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan brosur, sosialisasi dan bonus untuk menarik minat anggota sehingga dengan hal tersebut dapat menarik minat anggota pada investasi mudharabah.¹³

Berdasarkan penelitian tersebut, ada beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, persamaan tersebut yaitu membahas tentang strategi untuk menarik minat dan perbedaannya terletak pada subyek dan obyek penelitian yang diteliti. Subyek penelitian yang dikaji pada penelitian diatas adalah BPRS Aman Syariah Sekampung dan obyek yang dikaji pada penelitian diatas strategi Bank dalam menarik minat anggota pada investasi mudharabah, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian yaitu strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat dan subyek penelitiannya adalah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung.

2. Jurnal yang ditulis oleh Jamaiyah dan Susanto yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Pada PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Marelan

¹³ Nani Fitriani, *Strategi Bank Dalam Menarik Minat Anggota Pada Investasi Mudharabah BPRS Aman Syariah Sekampung* (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018).

Raya.” Hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Sumut Syariah adalah dengan melakukan *marketing mix* yaitu meliputi tempat yang bertempat di kantor cabang pembantu syariah yang pada dasarnya telah sesuai dengan prinsip-prinsip ilmu manajemen pemasaran syariah islam, harga yaitu dapat dilihat dari pengembalian modal (bagi hasil) yang ditawarkan, produk yaitu dengan menampilkan mutu dan pemberian fasilitas, promosi yang dilakukan dengan cara periklanan yang di fokuskan pada media yang digunakan, mencakup media cetak, elektronik.¹⁴

Persamaan penelitian relevan diatas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi pemasaran produk dan menarik minat masyarakat. Akan tetapi subyek dan obyek penelitian yang diteliti berbeda. Subyek penelitian yang dikaji pada penelitian relevan diatas adalah PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Marelan Raya dan obyek yang dikaji pada penelitian diatas adalah analisis strategi pemasaran produk deposito mudharabah, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah strategi pemasaran produk simpanan ceria prima dan subye penelitiannya adalah di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung.

3. Penelitian Ririn Andriana Purwanto IAIN Ponorogo yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Masyarakat Menggunakan

¹⁴Jamaiyah dan Susanto, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Pada PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Marelan Raya.” *Jurnal FEB* Vol. 1 No. 1.

Produk Pembiayaan Talangan Umrah Di PT BPRS Magetan”. hasil penelitian tersebut disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran 4p meliputi *produk*, dengan menampilkan mutu dari produk meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat di dalam karakteristik produk. *Harga*. Berdasarkan resiko yang akan diterima oleh bank dan sesuai kesepakatan dengan anggota, pengembalian dana dari anggota berupa *ujrah/fee* sebesar 1,5% dari total pembiayaan. *Tempat*, pemasaran dalam pembiayaan berada di tiga tempat yaitu di kantor pusat (Magetan) dan kantor kas (Kawedanan dan Barat). *Promosi*, melalui periklanan, penjualan pribadi publisitas, dan promosi penjualan.¹⁵

Berdasarkan penelitian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, persamaannya membahas tentang strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat dan perbedaannya terletak pada subyek dan obyek penelitian yang diteliti. Subyek penelitian yang dikaji pada penelitian diatas adalah PT BPRS Magetan dan obyek yang dikaji adalah menarik minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan talangan umrah, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat dan subyek penelitiannya adalah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung.

¹⁵ Ririn Andriana Purwanto, *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Masyarakat Menggunakan Produk Pembiayaan Talangan Umrah Di PT BPRS Magetan* (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*stratagos*” yang berasal dari “*status*” yang artinya militer dan “*ag*” yang artinya memimpin. Strategi pada awalnya dapat didefinisikan sebagai generaship atau sesuatu yang dilakukan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk menaklukkan dan memenangkan perang. Pengertian strategi menurut Nanang Fatah adalah cara-cara yang terstruktur untuk melaksanakan suatu rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam pencapaian tujuan. Dan strategi dapat didefinisikan sebagai suatu hal yang penting dengan tujuan untuk bertindak dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan.¹

Pengertian strategi menurut Stephanie K. Marrus, yang dikutip Sukristono adalah sesuatu upaya yang digunakan untuk menentukan suatu rencana para pemimpin yang terfokus pada tujuan jangka panjang sebuah organisasi, serta disertai dengan penyusunan suatu cara maupun upaya bagaimana agar suatu tujuan tersebut dapat tercapai.²

Berdasarkan dari beberapa pengertian diatas, peneliti menarik kesimpulan, stretaegi merupakan sesuatu upaya maupun usaha atau

¹ Ahmad, *Manajemen Strategi* (Makasar: CV. Nas Media Pustaka, 2020), 1-2

² Husein Umar, *Strategic Management In Action* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 31.

langkah-langkah untuk melakukan suatu perencanaan tertentu guna mencapai suatu target perusahaan. Strategi banyak di butuhkan di dunia perusahaan, sebab dengan adanya strategi perencanaan akan semakin matang dan terarah, serta perusahaan mampu memenagkan persaingan yang ada di pasar.

Pemasaran berkaitan erat dengan mengidentifikasi serta melengkapin keperluan orang-orang dan masyarakat.Salah satu dari pengertian pemasaran terpendek ialah melengkapi keperluan yang berguna.Asosisasi Pemasaran Amerika menjelaskan pemasaran sebagai suatu fungsi organisasi dan seperangkat cara untuk menciptakan, mengkomunikasikan, serta memberikan nilai kepada pelanggan, dan mengelola hubungan pelanggan melalui usaha yang menguntungkan organisasi dan para pemegang saham.³Pemasaran ialah suatu caradan manajerial yang membuat individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan serta menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain, atau segala aktivitas yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari pembuat sampai pelanggan.⁴

Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan diatas maka peneliti mengambil kesimpulan yaitu strategi pemasaran ialahsesuatu hal yang telah direncanakan oleh seseorang dalam jangka panjang untuk mencapai suatu tujuan tertentu serta target perusahaan mampu

³ Hery, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Grasindo, 2019), 3.

⁴ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011),

berhasil sesuai dengan apa yang telah direncanakan serta masyarakat dapat menjual, mempromosikan dan menawarkannya kepada masyarakat dan mampu untuk bersaing dengan perusahaan lainnya.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran ialah seluruh hal yang mampu dikendalikan bagi manajer pemasaran untuk mempengaruhi permintaan pelanggan barang dan jasa. Berikut ini penjelasan dari *marketing mix* 4 P adalah sebagai berikut:⁵

1. Produk (*Product*) merupakan sesuatu yang di tawarkan di pasar mulai dari produk yang jelas maupun produk yang nyata (jasa) sehingga mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar. Ada beberapa macam perlakuan terhadap produk agar permintaan terhadap produk itu bertambah diantaranya: pengemasan barang-barang dengan maksud untuk melindungi barang agar tidak rusak dan tetap utuh, *branding* (Merek), *labeling* (Label), *Warranty* (Garansi).
2. Harga (*Price*) merupakan sesuatu yang memiliki nilai dan dinyatakan dalam bentuk rupiah yang digunakan untuk melakukan pertukaran, transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh barang dan jasa.
3. Promosi (*Promotion*), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan suatu

⁵Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, 76-122.

kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi dan mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan perusahaan dan pasar sasaran agar produknya menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Bentuk-bentuk promosi sebagai berikut:⁶

- a) *Personal selling* merupakan suatu hubungan yang dilakukan secara langsung antara pedagang dengan calon konsumen guna untuk memperkenalkan produknya.
 - b) Periklanan adalah suatu kegiatan yang didanai oleh sponsor terkenal melalui satu atau lebih media.
 - c) Publisitas merupakan suatu pemanfaatan nilai-nilai berita yang terdapat di dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan.
 - d) Promosi Penjualan adalah sesuatu cara yang digunakan untuk mempromosikan barang atau jasa kepada konsumen serta memberikan informasi untuk menarik perhatian.
 - e) *Direct marketing* merupakan suatu sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau lebih media periklanan untuk menghasilkan tanggapan/respon dan transaksi yang terukur di mana saja.
4. Tempat (*Place*), adalah berbagai aktivitas yang dilakukan industri untuk memproduksi suatu produk yang tersedia kemudian

⁶*Ibid.*, 76-122.

akandijual di pasar sasaran dengan harga yang terjangkau. Tempat pelayanan merupakan kombinasi dari keputusan tempat dan saluran distribusi, yang berkaitan dengan bagaimana pelayanan disampaikan kepada konsumen dan dimana letak strategisnya. Tempat adalah tempat dimana suatu perusahaan berada dan seharusnya menjalankan usahanya.

Berikut ini adalah ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan saat memilih dan memutuskan penentuan lokasi, yaitu:⁷

- a) Kedekatan konsumen atau pasar
- b) Kedekatan dengan sumber daya material (sumber bahan)
- c) Kondisi infrastruktur
- d) Ketersediaan informasi program pembangunan
- e) Tenaga kerja
- f) Ketersediaan dana

B. Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk mencapai suatu sasaran tertentu, tanpa paksaan dari orang lain. Menurut Pandji, minat merupakan rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh

⁷Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran* (Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2020), 35-36.

dan biasanya ada kecenderungan untuk mencapai objek yang disenangi tersebut. Minat juga dikenal sebagai keputusan untuk menggunakan atau membeli suatu jasa atau produk. Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana seseorang akan memutuskan apa yang akan dibeli dan apa yang tidak dibeli, dan diturunkan dari aktivitas masa lalu seperti kebutuhan dan dana yang dimiliki.⁸

Minat dapat didefinisikan sebagai suatu keinginan untuk memberikan perhatian dan melakukan suatu tindakan kepada orang, atau keadaan yang menjadi sasaran dari minat tersebut dan disertai dengan perasaan senang. Berdasarkan penjelasan menurut Crow & Crow dalam Abror minat dapat diartikan sebagai sesuatu yang kaitannya dengan keinginan atas kecenderungan ataupun memiliki ketertarikan pada orang, benda, kegiatan. Minat memiliki dampak yang kuat terhadap tindakan yang akan dilakukan seseorang. Oleh karena itu, minat juga dapat memandu timbulnya keinginan pada seseorang.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut Hadinot, faktor yang mempengaruhi minat seseorang ada dua macam yaitu:⁹

- a. Faktor dari dalam (intrinsik), adalah suatu tindakan yang benar-benar diinginkan karena seseorang senang untuk melakukannya.

⁸Tri Astuti dan Indah Musikawati, "Pengaruh Persepsi Anggota Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Anggota," *JURNAL NOMINAL* N0.1/2013, 186.

⁹Rozi Andriani, "Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau," *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* No. 1/Mei 2020, 26.

Disini minat berasal dari dalam diri orang itu sendiri. Seseorang tersebut senang melakukan perbuatan itu demi perbuatan itu sendiri.

- b. Faktor dari luar (ekstrinsik), adalah sesuatu tindakan yang dilakukan atas dasar keinginan atau pelaksanaan dari luar. Orang tersebut melakukan kegiatan ini karena ia di dorong atau di paksa dari luar.

3. Indikator Minat

Crow and Crow berpendapat bahwa terdapat tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, antara lain:¹⁰

- a. Dorongan diri, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain.
- b. Motif sosial, motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat melakukan suatu aktivitas tertentu. Misalnya terhadap pakaian timbul karena ingin mendapatkan persetujuan atau perhatian dan penerimaan orang lain.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai dorongan emosi. Dengan demikian bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang, dan hal tersebut akan

¹⁰ Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Kencana, 2004), 264.

menimbulkan minat yang kuat dalam aktivitas tersebut, namun sebaliknya suatu kegagalan akan menghasilkan suatu minat dalam hal tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan ialah penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan terhadap objek penelitian untuk memperoleh data atau informasi mengenai data primer.¹

Karena menggunakan jenis penelitian lapangan, maka proses pencatatan dan pengumpulan data didapatkan secara langsung di lapangan berdasarkan penjelasan dari *informan*. Peneliti melakukan penelitian di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Kec. Sendang Agung Kab. Lampung Tengah yang berkaitan dengan strategi pemasaran simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat di Kecamatan Sendang Agung.

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan dengan judul yang diajukan oleh peneliti, maka penelitian ini bersifat *deskriptif kualitatif*, karena penelitian ini menitikberatkan pada segi strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat. Penelitian deskriptif yaitu

¹Restu Kartika Widi, *Menggelorakan Penelitian, Pengenalan dan Penentuan Pelaksanaan Penelitian* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 53-54.

penelitian yang harus mendeskripsikan suatu objek penelitian secara mendetail.² Penelitian kualitatif berisi cuplikan-cuplikan data atau kenyataan yang ada dilapangan untuk menghasilkan sesuatu data atau informasi yang akan dituangkan dalam penelitian yang berkaitan dengan masalah strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat di Kecamatan Sendang Agung.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung didapatkan peneliti dari lokasi penelitian.³ Dalam penelitian ini teknik pengambilan sumber data yang digunakan oleh peneliti yaitu *Sampling Incidental*. *Sampling Incidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini ialah informan yang memberikan penjelasan kepada peneliti mengenai strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat dan informannya yaitu pimpinan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasioan KC Sendang Agung Bapak Muhammad

² Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 57.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitati dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 137.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitati dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 85.

Hudaifah, Marketing BMT yaitu Bapak Septa Rizkiansyah dan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yang akan di wawancarai yaitu Ibu N, Ibu F, Ibu M, Ibu N, dan Bapak S.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung diperoleh peneliti dari lokasi penelitian atau data yang di peroleh melalui sumber-sumber tercetak, misalnya buku, laporan, jurnal atau artikel dan lain sebagainya.⁵Buku-buku yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan yaitu buku-buku yang menjelaskan mengenai strategi pemasaran produk simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat diantaranya adalah: Ahmad, *Manajemen Strategi*, Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Hery, *Manajemen Pemasaran*.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Wawancara atau *interview* adalah suatu hubungan yang dilakukan secara langsung antara peneliti dengan responden. Hubungan yang dilakukan secara langsung tersebut dalam bentuk tanya jawab dalam keadaan saling berhadapan atau *face to face* antara peneliti dengan responden yang bertujuan untuk memperoleh

⁵*Ibid.*, 137.

informasi.⁶Wawancara ini menggunakan jenis wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstrukturialahwawancara bebas dimana peneliti tidak mengumpulkan data dengan menggunakanpedoman wawancara yang tersusundan terstruktur sepenuhnya.⁷Untuk memperoleh data lapanganmaka harus mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Untuk hal ini peneliti akan mewawancarai pimpinan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Bapak Muhammad Hudaifah dan Marketing BMT yaitu Bapak Septa Rizkiansyah dan anggotaBMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Ibu N, Ibu F, Ibu M, Ibu N, dan Bapak S.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan mencari dan mengumpulkan data melalui dokumen, catatan, transkrip, majalah, notulen, rapat dan sebagainya.⁸Berdasarkan penjelasan mengenai dokumentasi tersebut, maka peneliti dapat diambil kesimpulan bahwa dokumentasi ialah suatu caradalam penelitian yang digunakan untuk memperoleh penjelasan yang berhubungan dengan sesuatu yang sedang dicari baik berupa dari catatan, transkrip, majalah, notulen, rapat dan sebagainya. Sedangkan dalam penelitian ini dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran produk

⁶ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 113.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 140.

⁸ Aidil Amin Effendy dan Denok Sunarsi, Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan *JIMEA* VOL. 4 No. 3, 2020, 707.

simpanan ceria prima untuk menarik minat masyarakat di Kecamatan Sendang Agung

D. Teknis Analisis Data

Analisis data berasal dari hasil pengumpulan data.⁹ Analisis data merupakan suatu proses dari hasil pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, kemudian disusun secara sistematis agar dapat difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹⁰ Kemudian data yang telah didapatkan peneliti maka akan dianalisis dengan cara berfikir induktif. Berfikir induktif ialah suatu cara berfikir yang berawal dari fakta yang dikumpulkan melalui pengamatan langsung di lapangan dan kemudian peneliti menarik kesimpulan secara umum.¹¹

Maksud dari uraian penjelasan di atas adalah untuk mengumpulkan data berdasarkan fakta-fakta yang diselidiki, dianalisis dan dikumpulkan. Data yang akan diteliti yaitu tentang Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima untuk Menarik Minat Masyarakat Di Kecamatan Sendang Agung. Maka dari itu penelitian dilakukan di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung sehingga ditemukan pemahaman terhadap penyelesaian permasalahan dari pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menurut Miles dan Huberman, yang mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis

⁹ Mamik, *Metodologi Kualitatif* (Sidoarjo: Zifatama, 2014), 133.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244.

¹¹ Wagirah, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Teori dan Implementasi)* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2013), 3.

data kualitatif dilakukan secara interaktif langsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction, data display dan conclusion drawing/ verification*.¹²

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data adalah merangkum memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, serta mencari tema dan polanya. Dengan mereduksi data maka akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data yang selanjutnya.

Pada penelitian ini reduksi data yang diambil dari hasil wawancara dengan memilih hal-hal yang dianggap penting dan diperlukan untuk melengkapi penelitian ini.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data ialah suatu kegiatan yang dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Dengan penyajian data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. *Conclusion Drawing/verification*

¹² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 246-252.

Langkah ketiga analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Namun apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data maka kesimpulan yang dibuat merupakan kesimpulan yang kredibel.¹³

¹³*Ibid.*,

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah

1. Sejarah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional dengan badan hukum No. 28/BH/KDK.7.2/III/1999, merupakan salah satu KSPPS Primer Nasional yang berkantor pusat di Lampung yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman No. 09 Kotagajah, Kecamatan Kotagajah, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung.

KSPPS BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki fungsi sebagai Baitul Tamwil dan Baitul Maal. Sebagai Baitul Tamwil yang bergerak mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi untuk meningkatkan kualitas usaha mikro dan kecil anggota dengan mendorong kegiatan menyimpan dan menabung serta pembiayaan ekonomi.

Sebagai Baitul Maal, bergerak pada kegiatan-kegiatan pemberdayaan tanpa orientasi mencari keuntungan sebagai pengembalian amanah dalam menghimpun dan menyalurkan dana Zakat, Infaq, Shadaqoh dan Wakaf. Kini KSPPS BMT Assyafi'iyah Berkah

Nasional memiliki 49 kantor cabang, yang salah satu diantara kantor cabang tersebut yaitu BMT Assyafi'iyah Cabang Sendang Agung Lampung Tengah. BMT Assyafi'iyah Cabang Sendang Agung yang beralamatkan di Jl. Raya Pasar Sendang Agung, Kecamatan Sendang Agung, Kabupaten Lampung Tengah, yang memiliki bangunan berbentuk ruko, adapaun dengan batas wilayahnya yaitu sebelah Barat berbatasan dengan gedung pertokoan, sebelah timur berbatasan dengan toko konveksi serta pemukiman warga, sebelah utara berbatasan dengan Jalan Raya utama menuju Pasar Sendang Agung dan dekat dengan Indomaret dan bersebrangan dengan toko alat pertanian dan peternakan serta apotek, dan sebelah selatan berbatasan dengan ruko ruko kecil serta pemukiman warga.

Sebelum didirikannya Baitul Maal Wat Tamwil cabang Sendang Agung, yaitu berada di Kalirejo yaitu BMT Assyafi'iyah cabang Kalirejo dibawah pimpinan Bapak Budianto, Misdianto dan Yuni Lestari. Kemudian Bapak Budianto beserta bawahannya melakukan survey ke Sendang Agung dan melihat bahwa di Sendang Agung terdapat potensi yang cukup baik. Hingga akhirnya pada tahun 2009 membuka kantor cabang di Sendang Agung. Status kantor cabang BMT Assyafi'iyah Cabang Sendang Agung dahulu masih menyewa selama 3 tahun, kemudian masa sewanya telah habis kini BMT Assyafi'iyah Cabang Sendang Agung menyewa kembali sebuah

ruko untuk dijadikan sebuah Kantor BMT Assyafi'iyah cabang Sendang Agung hingga saat ini.

Kemudian BMT Assyafi'iyah Cabang Sendang Sendang Agung mendapat penghargaan kantor cabang terbaik ke-2 pada periode tahun 2011-2012 dibawah kepemimpinan Bapak Budianto. Dan kemudian mengalami reorganisasi dan beralih pimpinan yang kedua yaitu Bapak Misdianto, yang ketiga Bapak Ginanjar, yang keempat Bapak Iwan Wahyudi, yang kelima Bapak Sidiq Afrian dan yang keenam adalah Bapak M. Hudaifah.¹

2. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah

a. Visi

Menjadi Koperasi Besar, Modern dan Berkualitas.

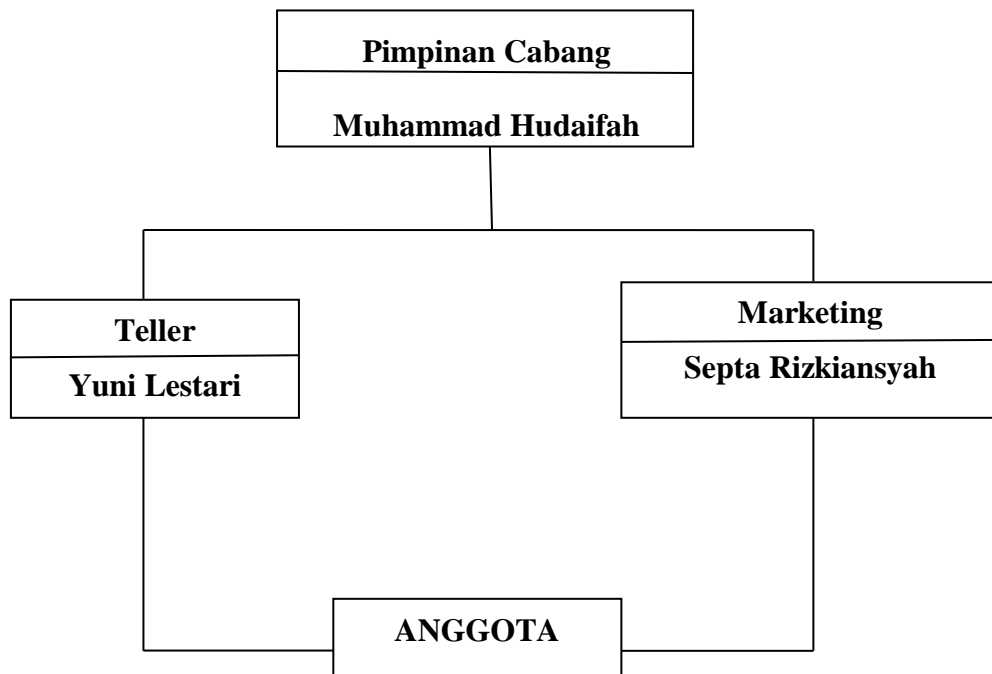
b. Misi

- 1) Meningkatkan pelayanan prima dan operasional berbasis digital.
- 2) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan lingkungan kerja.
- 3) Meningkatkan sumber pembiayaan dan penyediaan modal dengan prinsip syari'ah.
- 4) Menumbuhkembangkan usaha produktif dibidang perdagangan, pertanian, industri, dan jasa.
- 5) Menjalinkan kerjasama usaha dengan berbagai pihak.

¹Dokumentasi dengan Bapak M.Hudaifah selaku pimpinan Cabang Sendang Agung, Tanggal 28 Maret 2022.

3. Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah

BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah yang di pimpin oleh Manajer Bapak Muhammad Hudaifah, BMT Assyafi'iyah yang di kelola oleh 3 karyawan. Berikut adalah struktur organisasi BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah.²



Gambar 2.1 Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah

a. Pimpinan Cabang

Pimpinan Cabang bertanggung jawab kepada manajer yang berada di kantor Pusat Kota Gajah

² Dokumentasi, Struktur Organisasi, dicatat pada tanggal 28 Maret 2022.

b. Teller

Teller bertanggung jawab kepada pimpinan cabang dan tugasnya terhadap kas kantor

c. Marketing

Jabatan ini bertanggung jawab terhadap kasir, karena melakukan penarikan-penarikan tabungan atau angsuran kepada anggota dipasar dan di took-toko.

Akan tetapi di BMT Assyafi'iyah berbeda dengan lembaga keuangan syariah lainnya karena semua karyawan baik itu pimpinan cabang, teller ataupun marketing bergerak sesuai dengan perintah BMT Assyafiiyah, misalnya pimpinan cabang tidak hanya bertanggung jawab mencakup semuanya akan tetapi pimpinan cabang juga melakukan promosi ke masyarakat, bagian marketing tidak hanya menangani simpanan, menangani pembiayaan, permodalan akan tetapi pihak marketing menangani kegiatan sosialnya, untuk bagian teller, tidak hanya bertugas sebagai teller akan tetapi teller juga menangani kegiatan sosial, dan promosi yang dilakukan yaitu di media sosial.

4. Produk-Produk di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah

Produk yang ditawarkan oleh BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu produk simpanan dan produk pembiayaan berikut penjelasannya:

1. Produk Simpanan

a. Ceria Prima

Simpanan menggunakan akad “Wadiah Yad Dhomanah”, dengan pembukaan rekening atas nama perorangan, dan setoran awal minimal Rp. 10.000, serta saldo simpanan minimal Rp. 10.000, simpanan ini menapatkan bonus yang menarik setiap bulannya.

b. Ceria Utama

Simpanan perorangan dengan sistem keuntungan yang dihitung atas saldo rata-rata harian dan diberikan tiap bulan, dengan setoran awal Rp. 10.000 dan saldo rata-rata minimal Rp. 10.000 pada setiap bulannya.

c. Ceria pintar

Simpanan untuk persiapan dan keperluan anak sekolah, menggunakan akad “Wadiah Yad Dhomanah”, simpanan yang dikhususkan untuk keperluan pendidikan. Pengambilannya setiap ada keperluan untuk pendidikan. Dengan pembukaan rekening atas nama perorangan, setoran awal Rp. 10.000 dan saldo simpanan minimal Rp. 5.000, simpanan mendapatkan bonus yang menarik setiap bulannya.

d. Ceria Qurban

Simpanan untuk persiapan Ibadah Qurban, menggunakan akad “Wadiah Yad Dhomanah”, dengan

pembukaan rekening atas nama perorangan, dengan setoran awal minimal Rp. 10.000 dan saldo simpanan minimal Rp. 10.000, simpanan mendapatkan bonus yang menarik.

e. Ceria Ketupat

Produk simpanan Assyafi'iyah, simpanan umum syariah yang setoran ada batas waktu tertentu, dengan sistem paket yang berlaku di tahun berjalan, menggunakan akad "Wadiah Yad Dhomanah", simpanan mendapatkan bonus atau bingkisan lebaran menarik.

f. Ceria Ihrom

Simpanan persiapan untuk Ibadah Haji/Umroh, akad simpanan menggunakan akad "Wadiah Yad Dhomanah" simpanan ini mendapatkan bonus menarik.

g. Ceria Berkah (Berjangka Syariah)

Simpanan yang ditujukan untuk anggota, yang ingin menginvestasikan dananya untuk kemajuan perekonomian umat melalui sistem bagi hasil yang dikelola secara syariah.

B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat

Keberadaan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung yang telah memberikan jasa kepada masyarakat yang ada di Kecamatan Sendang Agung dan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat sekitar. Yang dalam hal ini terbukti dari perhatian masyarakat

yang telah mengetahui keberadaan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah yang tempatnya tidak jauh dari Pasar Sendang Agung Kabupaten Lampung Tengah.

Di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung sendiri mempunyai 3 karyawan, yang termasuk didalamnya ada pimpinan cabang, teller dan marketing. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara dengan karyawan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung dan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung, yang menggunakan produk simpanan ceria prima untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran BMT Assyafi'iyah dalam menarik minat masyarakat terhadap produk simpanan ceria prima.

Strategi yang di terapkan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah pada produk simpanan ceria prima menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri yaitu sebagai berikut:

a) Produk (*product*)

Dalam melaksanakan proses pemasaran, pihak BMT dalam menyusun rencana pemasaran produk simpanan ceria prima dengan menempatkan pengenalan produk terhadap calon anggota pada urutan pertama guna memberikan informasi sebaik-baiknya kepada anggota, agar para anggota tersebut mengetahui dan lebih paham mengenai produk simpanan ceria prima tersebut. Pengenalan produk tersebut dengan memberikan kelebihan dari produk simpanan ceria prima yaitu

produk simpanan tersebut dapat diambil sewaktu-waktu, melayani menabung dengan jumlah kecil dan adanya pihak BMT yang melakukan jemput bola ke rumah-rumah jika anggota ingin menabung.

b) Harga (*price*)

Dalam segi harga produk simpanan ceria prima yang ditawarkan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah yaitu untuk setoran awal minimal Rp. 10.000 dan rata-rata saldo minimal Rp. 10.000. dengan adanya harga yang sangat terjangkau dapat mempengaruhi dan memberikan dampak terhadap minat masyarakat terhadap suatu produk. Menurut peneliti untuk segi harga dari produk simpanan ceria prima yang ada di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung sangat terjangkau bagi masyarakat yang ingin menabung di BMT Assyafi'iyah.

c) Promosi (*promotion*)

Salah satu tujuan promosi BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon anggota yang baru. Promosi yang digunakan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah dalam produk simpanan ceria prima adalah dengan melakukan promosi secara berkala misalnya dengan terjun langsung ke daerah-daerah yang belum dijangkau oleh pihak BMT, promosi ke pasar-pasar, kejamaah-jamaah ibu yasinan, memberikan brosur kepada masyarakat, memperkenalkan atau mempromosikan aplikasi ceria

digital dan adanya program gebyar tahunan dan pihak BMT juga melakukan promosi kegiatan tanwilnya yaitu berupa santunan anak yatim, kaum dhuafa dll.

d) Tempat (*place*)

Tempat adalah tempat dimana suatu perusahaan berada dan seharusnya menjalankann usahanya. Berdasarkan tempat atau lokasi BMT Assyafiu'iyah KC Sendang Agung Lampung Tengah, tempat nya sangat strategis karena berada di dekat dengan jalan rayabdan tidak jauh dari pasar. Dan fasilitas yang ada sudah memadai sehingga akan membuat anggota merasa nyaman.

Produk simpanan ceria prima termasuk kedalam produk tabungan. Berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.³ Dan di simpanan ceria prima menggunakan akad wadiah yad dhomanah yaitu pihak BMT dapat memutar atau mengelola dana simpanan tersebut, dan pembukaan rekening atas nama perseorangan dan untuk setoran pembukaan minimum Rp. 10.000 dan saldo setoran minimum Rp. 10.000.

Simpanan ceria prima memperoleh bagi hasil disetiap bulannya yaitu tergantung dari keuntungan yang didapatkan dari pihak BMT, dan

³Ismail, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2010), 67.

bagi hasil selalu berubah-ubah, dan disetiap tahunnya ada gebyar hadiah atau bonus, simpanan ceria prima ini simpanan yang dapat diambil sewaktu-waktu ketika anggota membutuhkan dapat diambil dan bebas untuk keperluan apapun.

Yang dilakukan pihak BMT adalah dengan cara melakukan promosi ke masyarakat, promosi merupakan strategi yang banyak tantangannya yaitu jika anggota BMT melakukan promosi ke masyarakat mengenai produk simpanan ceria prima banyak mengalami penolakan, karena ada beberapa masyarakat yang merasa sudah trauma untuk menyimpan uangnya di BMT. kemudian pihak BMT melakukan promosi dengan melakukan kegiatan sosialnya, misalnya pendekatan ke masyarakat yaitu melalui kelompok-kelompok tertentu atau jamaah ibu muslimat atau jamaah yasinan dengan cara memberikan bantuan misalnya alat pengeras suara, karena jamaah yasinan atau jamaah ibu muslimat pasti mempunyai uang kas maka pihak BMT mengajak para jamaah untuk menyimpan uangnya di BMT.⁴

Hasil wawancara dengan pimpinan yaitu Bapak Muhammad Hudaifah beliau mengatakan bahwa untuk saat ini karyawan BMT Assyafi'iyah berjumlah 3 orang yang terdiri dari pimpinan, teller dan marketing dan pihak BMT sendiri sudah melakukan strategi untuk menarik minat masyarakat, strategi tersebut sudah dilakukan dari awal merintis dan untuk saat ini selayaknya saja pihak BMT melakukan

⁴ Wawancara dengan Pimpinan BMT Assyafi'iyah Bapak Muhammad Hudaifah pada tanggal 24 Februari 2022.

promosi dan tetap ada strategi untuk menarik minat masyarakat. Dan strategi yang sudah dilakukan oleh pihak BMT Assyafi'iyah adalah dengan cara melakukan promosi kepasar, mendatangi secara langsung ke orang-orang, para pedagang yang paling utama dengan memberikan brosur, akan tetapi ketika promosi ke pasar akurasiya kurang jadi lebih ke anggota yang sudah masuk menjadi anggota kemudian melalui pendekatan kepada saudara-saudara anggota kemudian strategi lain yaitu ke jamaah-jamaah muslimat, kemudian produk simpanan tersebut sangat diminat oleh masyarakat terutama di Kecamatan Sendang Agung.

Beliau mengatakan bahwa lebih utama lagi yang memiliki profesi dagang, petani akan tetapi yang lebih berminat adalah yang berprofesi sebagai pedagang karena simpanan ini bisa diambil sewaktu-waktu dan untuk lokasi BMT Assyafi'iyah sendiri yang strategis dan terjangkau dengan masyarakat dan tidak jauh dari pasar, tidak jauh dari keramaian dan fasilitas yang ada di BMT Assyafi'iyah sudah memadai karena untuk setiap kantor cabang adanya inventaris satu motor dengan jumlah anggota simpanan ceria prima di KC Sendang Agung yang lumayan banyak maka pihak BMT mendapatkan keuntungan, keuntungan tersebut dapat dilihat yaitu pada akhir tahun 2021 pendapatan bersih sisa hasil usahanya sudah terkait semua yaitu Rp. 8.265.000 perbulannya untuk pendapatan kurang lebih Rp. 40.0000.000 – Rp. 60.000.000 akan tetapi naik turun.⁵

⁵Wawancara dengan Pimpinan yaitu Bapak Muhammad Hudaifah, Tanggal 28 Maret 2022.

Kemudian hasil wawancara dengan marketing yaitu Bapak Septa Rizkiansyah beliau mengatakan bahwa keunggulan yang ada di produk simpanan ceria prima adalah dapat diambil sewaktu-waktu, dan mendapatkan gebyar hadiah misalnya mendapatkan megicom, lemari, teko bunyi, presto dan yang paling kecil adalah kaos BMT Assyafi'iyah dan lain-lain kemudian adanya sistem BMT Assyafi'iyah yang menggunakan sistem jemput bola sehingga memudahkan anggota yang ingin menyimpan uangnya ke BMT tidak harus datang langsung ke BMT melainkan adanya pihak BMT yang mengunjungi rumah anggota. Untuk lokasi BMT Assyafi'iyah juga sangat strategis dan terjangkau karena berada di dekat dengan jalan raya dan tidak jauh dari pasar.

Kemudian untuk infrastruktur di kantor cabang Sendang Agung terdapat AC, kursi tunggu, dan juga peralatan yang sudah cukup canggih dan modern sehingga anggota BMT Assyafi'iyah nyaman dan pihak BMT Assyafi'iyah juga melakukan sosialisasi menawarkan produk kepada masyarakat hampir setiap bulan dua kali, pihak BMT melakukan pemasaran dengan cara berkala yaitu untuk saat ini pihak BMT dibantu melakukan sosialisasi oleh anak-anak SMK yang sedang PSG (Pendidikan Sistem Ganda) dengan adanya anak-anak SMK dapat membantu kinerja karyawan BMT dengan melakukan pemasaran di daerah-daerah yang belum pernah dijangkau oleh pihak BMT Assyafi'iyah.

Dengan adanya produk simpanan ceria prima antusias anggota terhadap produk tersebut sangat luar biasa karena peminatnya sangat

banyak karena adanya pihak BMT yang melakukan sistem jemput bola dan simpanan yang bisa diambil sewaktu-waktu dan anggota juga berminat untuk menggunakan produk tersebut berasal dari dorongan diri sendiri kemudian anggota lebih memilih produk tersebut karena adanya perasaan tertarik dan adanya dorongan dari diri sendiri dimana anggota tersebut juga memilih waktu yang efektif dari pada untuk ke kantor karena menyimpan dengan nominal yang sedikit mereka tidak di tuntut untuk ke kantor melainkan ada pihak BMT yang melakukan jemput bola yang memudahkan bagi anggota.

Kemudian pihak BMT Assyafi'iyah menggunakan strategi promosi, promosi tersebut tidak hanya sekedar baitul maalnya melainkan promosi kegiatan tanwilnya yaitu berupa santunan ke kaum dhuafa, yatim piatu. Sehingga adanya sebuah strategi yang paling efektif untuk menarik minat masyarakat yaitu dengan melakukan rutinitas promosi karena dengan cara promosi masyarakat makin mengenal BMT Assyafi'iyah dan masyarakat juga makin dekat dengan pihak BMT, promosi yang dilakukannya bukan hanya ke pasar akan tetapi promosi dilakukan ke jamaah-jamaah ibu yasinan, kelompok-kelompok tertentu dan ke daerah-daerah yang belum pernah di jangkau oleh pihak BMT Assyafi'iyah.

Dan pihak BMT Assyafi'iyah juga melakukan promosi aplikasi digital yang dimiliki oleh BMT Assyafi'iyah promosi aplikasi digital tersebut sudah dimulai sejak tahun 2021 dan untuk saat ini data anggota yang sudah menggunakan aplikasi ceria digital tersebut sudah lumayan

banyak akan tetapi belum menyeluruh. Aplikasi ceria digital tersebut dapat mempermudah anggota misalnya untuk mengecek saldo, untuk memastikan *balance* dan tidaknya antara di sistem dan di buku tabungan, manfaat lainnya yaitu dapat mengisi pulsa HP, pulsa listrik, dan lain-lain.⁶

Hasil wawancara dengan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Ibu Fitri Ulfamina beliau mengatakan bahwa benar Ibu Fitri Ulfamina merupakan anggota produk simpanan ceria prima di BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung, dan pihak BMT Assyafi'iyah menawarkan produk tersebut dengan cara melakukan promosi, setelah dilakukannya promosi respon beliau adalah sangat baik yaitu setuju dengan produk simpanan tersebut. Dan beliau telah menjadi anggota BMT Assyafi'iyah sejak awal BMT Assyafi'iyah membuka kantor cabang di Sendang Agung dan kemudian beliau mulai menggunakan produk simpanan ceria prima alasannya karena simpanan tersebut mudah, mudahnya karena menabung dengan jumlah kecil masih dapat di terima oleh pihak BMT dan simpanan tersebut bisa diambil sewaktu-waktu, sehingga beliau tertarik memilih produk simpanan ceria prima karena tertarik dari segi promosi yang dilakukan oleh pihak BMT Assyafi'iyah yaitu pihak BMT menggunakan sistem jemput bola kerumah-rumah atau ke toko sehingga mempermudah anggota untuk menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah.

⁶Wawancara dengan Marketing Bapak Septa Rizkiansyah, Tanggal 5 April 2022.

Beliaumengatakan bahwa berminat untuk menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah berasal dari dorongan diri sendiri tidak ada paksaan dari orang lain dan pihak BMT Assyafi'iyah juga melakukan promosi mengenai aplikasi ceria digitalnya dan kemudian beliau tertarik menggunakan aplikasi tersebut akan tetapi setelah *handphone* yang digunakan ada kendala sehingga aplikasi ceria digital ke *uninstal* dan beliau menggunakan aplikasi tersebut kurang lebih satu tahunan. Kemudian selama menjadi anggota BMT Assyafi'iyah beliau sudah banyak mendapatkan gebyar hadiah salah satunya seperti Teflon, ceret, payung, pel-pelan dan lain-lain, dan beliau merasa senang dengan produk yang telah di pilihnya dan memilih menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah karena di BMT tidak adanya pajak sedangkan menabung di Bank adanya pajak.⁷

Hasil wawancara dengan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Bapak Salim, beliau mengatakan bahwa memilih produk simpanan ceria prima karena simpanan tersebut mudah, mudah diambil sewaktu-waktu ketika sedang mmebutuhkan uang tersebut maka dapat diambil sewaktu-waktu tidak harus menunggu jatuh tempo terlebih dahulu. Beliau pun mengatakan bahwa tertarik menggunakan produk tersebut karena adanya pihak BMT yang melakukan promosi, salah satu promosi tersebut pihak BMT menggunakan sistem jemput bola, dan respon ketika di tawarkan produk tersebut baik yaitu setuju dan beliau telah menjadi

⁷Wawancara dengan Ibu Fitri Ulfamina (Pedagang Baju), Tanggal 02 April 2022.

anggota BMT Assyafi'iyah sejak awal pembukaan kantor cabang di Sendang Agung. Kemudian Bapak Salim selama menjadi anggota BMT Assyafi'iyah telah mendapatkan gebyar hadiah salah satunya adalah magicom, kompor dan lain-lain kemudian beliau mengatakan bahwa untuk menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah adalah dorongan dari diri sendiri dan beliau merasa senang dengan produk yang sudah dipilihnya dan pihak BMT Assyafi'iyah juga melakukan promosi aplikasi ceria digital kemudian beliau dahulu tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut akan tetapi untuk sekarang ini beliau tidak menggunakan aplikasi tersebut dan beliau lebih memilih untuk menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah karena tidak adanya pajak, tidak mengantri, cepat dan jika menabung ada karyawan yang mengambil uang tersebut dan jika ingin mengambil uang tersebut mudah dan tidak di persulit.⁸

Hasil wawancara dengan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Ibu Nikmatul Hasanah, beliau mengatakan bahwa tertarik karena adanya pihak BMT yang menawarkan produk kepada beliau dan respon beliau ketika ditawarkan sebuah produk yang ada di BMT Assyafi'iyah beliau merasa tergiur karena yang namanya menabung itu harus dan kemudian beliau merekomendasikan kepada teman-teman untuk menabung di BMT Assyafi'iyah. Dan beliau tertarik dari segi strategi promosi yang dilakukan pihak BMT dan dari segi tempat yaitu tempat yang mudah dijangkau dan jasa yang diberikan oleh pihak BMT bagus dan

⁸Wawancara dengan Bapak Salim (Pedagang Baju), Tanggal 02 April 2022.

pihak juga melakukan promosi mengenai aplikasi ceria digital dan kemudian beliau tertarik dan menggunakan aplikasi tersebut.

Menurut beliau aplikasi tersebut bagus karena jika lupa meletakkan buku tabungannya maka anggota bisa mengecek nominal yang sudah di tabungkan melalui aplikasi tersebut serta mempermudah anggota untuk mengecek saldo dan melihat mutasi dan dengan adanya aplikasi tersebut menjadi lebih mudah akan tetapi aplikasi tersebut terkadang mengalami eror di sistemnya dan beliau berminat menyimpan di BMT Assyafi'iyah berasal dari dorongan diri sendiri sebelum beliau bergabung di BMT Assyafi'iyah beliau terlebih dahulu mencari tahu mengenai produk simpanan ceria prima kira-kira aman atau tidak serta jasa yang diberikan seperti apa. Kemudian beliau sudah menjadi anggota BMT Assyafi'iyah kurang lebih dari tahun 2016 dan selama menjadi anggota BMT Assyafi'iyah beliau telah mendapatkan peralatan rumah tangga yaitu magicom dan presto dan menurut beliau selama menjadi anggota yang dirasakannya yaitu proses yang mudah dan jasa yang diberikan bagus, beliau memilih produk simpanan ceria prima karena jika menabung bisa diambil sewaktu-waktu dan jika sedang membutuhkan bisa langsung diambil, dan beliau lebih memilih untuk menyimpan uangnya di BMT Assyafi'iyah karena cepat dibandingkan di Bank Kvensional yang mengantri, tempatnya mudah terjangkau.⁹

⁹Wawancara dengan Ibu Nikmatul Hasanah (Pedagang Furniture), Tanggal 04 April 2022.

Hasil wawancara dengan anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Ibu Nuri Fajarina, beliau mengatakan bahwa benar beliau merupakan anggota produk simpanan ceria prima dan beliau tertarik menggunakan produk tersebut karena adanya promosi yang dilakukan oleh pihak BMT dan ketika pihak BMT melakukan sosialisasi untuk menawarkan produk beliau tertarik dan beliau memilih produk simpanan tersebut dan respon beliau ketika ditawarkan produk tersebut yaitu bagus dan program-program dari BMT bagus dan beliau sudah bergabung menjadi anggota BMT Assyafiiyah kurang lebih sudah 5 tahunan dan memilih produk tersebut karena produk tersebut bisa diambil sewaktu-waktu dan jika mengambil tidak ada jangka waktunya.

Beliau mengatakan bahwa selama menjadi anggota BMT beliau mendapatkan beberapa peralatan rumah tangga misalnya kipas, teko bunyi dan mixer dan beliau tertarik dari segi promosi yaitu karyawan BMT yang melakukan jemput bola yang memudahkan anggota untuk menyimpan dan pihak BMT juga melakukan promosi mengenai aplikasi digital yang dimiliki oleh pihak BMT dan beliau tertarik ketika beliau ingin menggunakan aplikasi tersebut sistem masih eror dan tidak dapat di proses sehingga beliau menyarankan suami untuk menggunakannya menurut beliau adana aplikasi tersebut dapat mempermudah mengecek saldo, mengecek saldo penasukan dan pengeluaran dan beliau menyimpan di BMT merupakan adanya dorongan dari diri sendiri dan setelah beliau menggunakan produk tersebut beliau merasa senang karena simpanannya

dapat diambil sewaktu-waktu dan beliau lebih memilih menyimpan di BMT Assyafi'iyah karena beliau malas mengantri karena melihat di Bank Konvensional yang antriannya sangat panjang jadi beliau lebih memilih di BMT Assyafi'iyah yang mudah dan jasa yang diberikan bagus.¹⁰

Hasil wawancara dengan anggota BMT Asssyafi'iyah KC Sendang Agung yaitu Ibu Mukrimah, beliau mengatakan bahwa benar beliau merupakan anggota produk simpanan ceria prima, dan beliau memilih produk simpanan ceria prima karena dapat diambil sewaktu-waktu dan proses yang mudah dan beliau telah menjadi anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung kurang lebih sudah 10 tahun dan selama menjadi anggota BMT Assyafi'iyah beliau mendapatkan hadiah di setiap tahunnya misalnya setrika, open, presto dan lain-lain dan beliau tertarik untuk menyimpan di BMT Assyafi'iyah karena tempat atau lokasi BMT Assyafi'iyah yang dekat dengan rumah sehingga mudah dijangkau dan beliau berminat menyimpan di BMT juga adanya dorongan diri sendiri dan tidak ada paksaan dari orang lain kemudian setelah menggunakan produk simpanan tersebut beliau merasa senang terhadap produk tersebut karena produk tersebut dapat diambil sewaktu-waktu dan mudah dan alasan beliau lebih memilih menyimpan di BMT Assyafi'iyah karena lokasinya terjangkau, tidak ada pajak.¹¹

¹⁰Wawancara dengan Ibu Nuri Fajarina (Pedagang Pecah Belah), Tanggal 5 April 2022.

¹¹Wawancara dengan Ibu Mukrimah (Pedagang Baju), Tanggal 6 April 2022.

C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dengan 7 responden yang di dalamnya terdiri dari 5 orang dari anggota BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung dan 2 orang dari karyawan BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sangat efisien karena produk simpanan ceria prima sangat diminati oleh masyarakat yang ada di Kecamatan Sendang Agung, karena menurut para anggota simpanan tersebut prosesnya yang mudah, cepat, tidak mengantri dan menurut mereka produk simpanan tersebut mudah karena bisa diambil sewaktu-waktu dan adanya sistem jemput bola yang dilakukan oleh pihak BMT sehingga sangat memudahkan anggotanya. Dan menurut Ibu Fitri jika menabung dengan jumlah sedikit tidak malu dan dari pihak BMT tetap melayaninya dan lokasi BMT Assyafi'iyah yang strategis dan terjangkau dari pemukiman warga dan lokasi BMT Assyafi'iyah yang dekat dengan pasar.

Anggota produk simpanan ceria prima memiliki minat yang sangat luar biasa karena produk simpanan tersebut dapat diambil sewaktu-waktu jika sedang membutuhkan langsung diambil tanpa harus menunggu jatuh tempo dan tidak adanya batasan untuk menyimpan, misalnya menyimpan dengan jumlah kecilpun masih dilayani oleh pihak BMT kemudian lokasi atau tempat yang terjangkau dan strategis. Hal tersebut membuktikan

bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BMT Assyafi'iyah sudah cukup baik dalam menerapkan strateginya untuk memasarkan sebuah produk BMT Assyafi'iyah untuk menarik minat masyarakat kemudian pihak BMT juga melakukan sosialisasi mengenai produk simpanan tersebut sosialisasi tersebut dilakukan hampir setiap bulan dua kali dan pihak BMT melakukan pemasaran atau promosi secara berkala yaitu untuk saat ini pihak BMT dibantu anak-anak yang sedang PSG (pendidikan sistem ganda) sehingga dapat membantu kinerja dari karyawan.

Kemudian strategi yang digunakan oleh pihak BMT Assyafi'iyah untuk menarik minat masyarakat adalah dengan strategi promosi, dengan adanya promosi yang dilakukan terus menerus dapat menambah jumlah anggota produk simpanan ceria prima. Dengan bertambahnya jumlah anggota yang menggunakan simpanan ceria prima maka menandakan bahwa sudah banyak masyarakat yang menggunakan produk tersebut walaupun dengan jumlah anggota yang sudah bertambah akan tetapi pihak BMT Assyafi'iyah tetap melakukan kegiatan promosi, kegiatan promosi yang dilakukannya adalah dengan memberikan brosur, sosialisasi mendatangi secara langsung rumah ke rumah yang belum pernah dijangkau oleh pihak BMT, ke pasar-pasar, ke jamaah-jamaah ibu yasinan dan kelompok-kelompok tertentu. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak BMT Assyafi'iyah guna menarik minat masyarakat sangat efektif karena hal ini dapat dibuktikan dengan adanya pihak marketing dan untuk

saat ini ada anak-anak PSG dari SMK sehingga dapat membantu memasarkan produk yang ada di BMT Assyafi'iyah dan selalu berusaha untuk menambah keuntungan dari pihak BMT Assyafi'iyah yaitu dengan mengajak atau menarik masyarakat untuk menggunakan produk simpanan ceria prima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran sangat berperan penting dalam memasarkan produk simpanan ceria prima sehingga produk tersebut dapat dikenal dan diketahui oleh masyarakat dan masyarakat merasa tertarik dan tentunya masyarakat berminat untuk menggunakan produk simpanan ceria prima yang ada di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang di gunakan oleh pihak BMT Assyafi'iyah adalah menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* 4P yaitu, produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Langkah awal strategi pemasaran yang digunakan oleh pihak BMT adalah dengan *carador to dor* (rumah ke rumah) untuk melakukan promosi. Promosi tersebut dengan cara sosialisasi mendatangi daerah-daerah yang belum dijangkau oleh pihak BMT Assyafi'iyah, membagikan brosur,pendekatan ke masyarakatyaitu ke ibu-ibu muslimat dan bapak-bapak yasinan, mengenalkan aplikasi ceria digital dan menjelaskan kegunaan aplikasi tersebut.Dan strategi yang paling jitu adalah dengan memanfaatkan program sosialnya yaitu program baitul maal.

B. Saran

berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang diberikan kepada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung dalam strategi pemasaran produk simpanan ceria prima agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk simpanan tersebut dengan berprinsip pada syariat Islam, untuk inovasi tersebut misalnya dengan cara

memanfaatkan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatshap* untuk mempromosikan produk yang ada di BMT Assyafi'iyah atau dengan membuat iklan atau poster yang menarik dan agamis sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah khususnya produk simpanan ceria prima pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung kemudian pihak BMT Assyafi'iyah tetap mempertahankan hubungan yang harmonis dan meningkatkan kualitas pada karyawan sehingga terciptanya kerjasama yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. *Manajemen Strategi*. Makasar: CV Nas Media Pustaka, 2020.
- Andriani, Rozi. "Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau)." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 2020: 26.
- Astuti, Tri, and Indah Musikawati. "Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah." *JURNAL NOMINAL*, 2013: 186.
- Effendy, Aidil Amin, and Denok Sunarsi. "Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan." *JIMEA*, 2020: 707.
- Fitriani, Nani. *Strategi Bank Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Investasi Mudharabah BPRS Aman Syariah Sekampung*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.
- Hery. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo , 2019.
- Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2010.
- . *Manajemen Strategi*. Jawa Timur: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Ismanto, Juli. *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2020.
- Jamaiyah, and Susanto. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Pada PT Bank Sumut Syariah KCPSy Marelan Raya ." *Jurnal FEB*.
- Mamik. *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama, 2014.
- Nasehudin, Toto Syatori, and Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Nasution, S. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Nugraha, Galih Adi. "Ketertarikan Sosial Orang Asing Tentang Minat Tinggal Di Kota Solo." *Jurnal Ilmiah Berkah Psikologi*, 2009: 15.

- Purwanto, Ririn Andriana. *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Masyarakat Menggunakan Produk Pembiayaan Talangan Umrah Di PT BPRS Magetan*. Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Ritonga, Zuriani. *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbit CV Budi Utama), 2020.
- Sa'diyah, Mahmudatus. *Fiqh Muamalah II (Teori dan Praktik)*. Jawa Tengah: UNISNU PRESS, 2019.
- Shaleh, Abdul Rahman, and Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : ALFABETA, 2016.
- Triyanto, Wiwit Agus. "Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk." *Jurnal SIMETRIS*, 2015: 46.
- Umar, Husein. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Wagirah. *Metodologi Penelitian Pendekatan (Teori dan Implementasi)*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2013.
- Widi, Restu Kartika. *Menggelorakan Penelitian Pengenalan dan Penentuan Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018.
- Zuhairi, and dkk. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.

LAMPIRAN



**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
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2726/In.28.3/D.1/TL.00/9/2021
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 13 September 2021

Kepada Yth.,
Upia Rosmalinda, M.E.I.
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Lailatul Istiqomah
NPM : 1804102022
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1 PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat Di Kecamatan Sendang Agung (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan FEBI

Siti Zulaikha



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 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 Mahasiswa : Lailatul Istiqomah Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1

PBS

NPM : 1804102022 Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 22 September 2021	<ul style="list-style-type: none">- Jangan ada footnote dalam footnote- Tambahkan total nasabah simpanan selama 3 atau 5 tahun- Tambahkan kelebihan dan kekurangan dari masing-masing produk simpanan	
	Rabu, 13 Oktober 2021	<ul style="list-style-type: none">- Tambahkan Teori strategi pemasaran- Tambahkan apa saja 4 P- Tambahkan teori menarik minat nasabah	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmafinda, M.E.I.

Mahasiswa Ybs,

Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 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 Mahasiswa : Lailatul Istiqomah Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS
NPM : 1804102022 Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 02 November 2021	<ul style="list-style-type: none">- Latar Belakang Masalah dipersingkat 6 Halaman- setiap halaman harus ada footnote- wawancara kemasyarakatan yang belum sama sekali Menabung di BMT Assyafii'iyah- Tambahkan teknik pengambilan sampel dan teknik wawancara yang digunakan	
	Selasa, 09 November 2021	<ul style="list-style-type: none">- bagi hasil yang didapatkan bagaimana- Apakah adanya peningkatan nasabah selama masa pandemi- teknik analisis data kaitannya dengan Penelitian- Hapus Nomor halaman di daftar pustaka	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I.

Mahasiswa Ybs,

Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 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 Mahasiswa : Lailatul Istiqomah Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1
PBS

NPM : 1804102022 Semester/TA : 7/2021

No	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 16 November 2021	Acc proposal lanjut untuk disecikan	

Dosen Pembimbing

Upia Rosmalinda, M.E.I.

Mahasiswa Ybs,

Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 7/2022 /03	Gabungkan pengertian strategi dan pengertian pemasaran	
	Senin, 7/2022 /03	Tambahkan Teori : - Indikator minat - Faktor-faktor yang mempengaruhi minat	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 14/03/2022	Acc outline	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Lailatul Istiqomah

NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 14/03/2022	Tambahkan di APD - Berapakah keuntungan yang didapatkan oleh BMT	
	Senin, 14/03/2022	Tambahkan pertanyaan mengenai indikator minat dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Lailatul Istiqomah

NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jumat, 18/03/2022	Acc APD	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2021/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 12 / 2022 / 04	<ol style="list-style-type: none">1. Di bikin Paragraf yang lebih rapih lagi dari halaman 39 - 452. Dari beberapa strategi berapa persentase yang paling menarik minat? dan yang tidak alasannya apa?3. → saran inovasi yang seperti apa? lebih jelas	
	Selasa 10 / 2022 / 05	<ol style="list-style-type: none">1. fokus ke produk simpanan saja sesuai dengan judul2. Dari Landasan teori dari halaman 15 - 30 di tanyakan di bab pembahasan3. Footnote : nama Narasumber harus jelas, dikasih tau itu siapa?	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Lailatul Istiqomah

NPM. 1804102022



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lailatul Istiqomah

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1804102022

Semester/TA : VIII/2021/2022

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu 25/2022 /05	Acc Bab 4 & 5	

Dosen Pembimbing,

Upia Rosmalinda, M.E.I

Mahasiswa Ybs,

Lailatul Istiqomah

NPM. 1804102022



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-0881/In.28/D.1/TL.00/03/2022
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BMT ASSYAFI'YAH
BERKAH NASIONAL
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0882/In.28/D.1/TL.01/03/2022,
tanggal 24 Maret 2022 atas nama saudara:

Nama : **LAILATUL ISTIQOMAH**
NPM : 1804102022
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK NINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Maret 2022
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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

SURAT TUGAS

Nomor: B-0882/In.28/D.1/TL.01/03/2022

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

Nama : **LAILATUL ISTIQOMAH**
NPM : 1804102022
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK NINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)".
 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 : 24 Maret 2022

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Mr. Hudaibal.



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL

KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH

BADAN HUKUM :

No 28/BH/KDK 7.2/III/1999

Nomor : 040/SB/BMT-ASY/SA/III/2022

Sendang Agung, 28 Maret 2022

Lampiran :-

Perihal : **Balasan**

KANTOR PUSAT :

Jl. Jend. Sudirman No 09
Kotagajah Timur
Kec. Kotagajah
Lampung Tengah
Telp. (0725) 5100 189
Fax: 6725 5100 199

Kepada Yth :

Ketua IAIN Metro

Lampung Tengah

Di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

KANTOR CABANG :

KOTAJAJAH
GAYA BARU
BANDAR SURABAYA
KALIREJO
PURBOLINGGO
UNIT 2
JEPARA
PENAWARTAMA
SUKOHARJO
SENDANG AGUNG
SIMPANG PEMATANG
MULYO ASRI
GADING REJO
RAMAN UTARA
JEMBAT BATU
ADILUWIH
PONCOWARNO
SIMPANG RANDU
TRIDATU
SIMPANG SRIBAWONO
DAYA MURNI
SUMBER AGUNG
SUKA JAYA
PUGUNG RAHARJO
RUMBIA
TANJUNG JAYA
METRO
PRINGSEWU
PENAWARAJI
BANYUMAS
TANJUNG RAYA
PEKALONGAN
SEKAMPUNG
TUGU MULYO
MERAK
MUARA INTAN
GISTING
TANJUNG BINTANG
KARANG ANYAR
PULUNG KENCANA
NYUKANG HARJO

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD HUDAIFAH

Jabatan : Pimpinan Cabang

Menerangkan bahwa,

Nama : LAILATUL ISTIQOMAH

NPM : 1804102022

Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

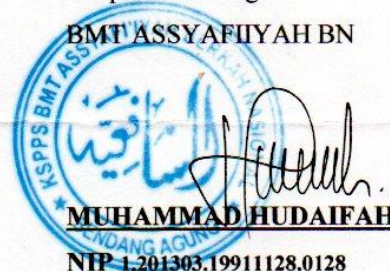
Telah kami setuju untuk melaksanakan research/survey di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional cabang Sendang Agung dalam rangka penyusunan dan penyelesaian tugas akhir/Skripsi dengan judul **"STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)"**

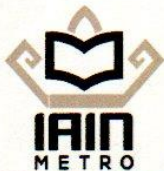
Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pimpinan Cabang

BMT ASSYAFIYAH BN


MUHAMMAD HUDAIFAH
NIP 1.201303.19911128.0128



**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-2558/ln.28/J/TL.01/08/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BMT ASSYAFIIYAH
BERKAH NASIONAL KC SENDANG
AGUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **LAILATUL ISTIQOMAH**
NPM : 1804102022
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA
PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI
KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT
ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG
AGUNG LAMPUNG TENGAH)

untuk melakukan prasurvey di BMT ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG, dalam rangka menyelesaikan 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, 26 Agustus 2021

Ketua Jurusan,



Diyaul Haq M.E.I.

NIP 19810121 201503 1 002



BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL

KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH

BADAN HUKUM :

No 28/BH/KDK 7 2/III/1999

Nomor : 037/SB/BMT-ASY/SA/IX/2021

Sendang Agung, 07 September 2021

Lampiran :-

Perihal : **Balasan**

KANTOR PUSAT :

Jl. Jend. Sudirman No 09
Kotagajah Timur
Kec. Kotagajah
Lampung Tengah
Telp. (0725) 5100 189
Fax 0725 5109 189

Kepada Yth :

Ketua Jurusan

Dliyaul Haq M.E.I.

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

KANTOR CABANG :

KOTAGAJAH
GAYA BARU
BANDAR SURABAYA
KALIREJO
PURBOLINGGO
UNIT 2
JEPARA
PENAWARTAMA
SUKOHARJO
SENDANG AGUNG
SIMPANG PEMATANG
MULYO ASRI
GADING REJO
HAMAN UTARA
JEMBAT BATU
ADILUWIH
PONCOWARNO
SIMPANG RANDU
TRIDATU
SIMPANG SRIBAWONO
DAYA MURNI
SUMBER AGUNG
SUKA JAYA
PUGUNG RAHARJO
RUMBIA
TANJUNG JAYA
METRO
PRINGSEWU
PENAWARAJI
BANYUJAS
TANJUNG RAYA
PEKALONGAN
SEKAMPUNG
TUGU MULYO
MERAK
MUARA INTAN
GISTING
TANJUNG BINTANG
KARANG ANYAR
PULLING KENCANA
NYUKANG HARJO

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD HUDAIFAH

Jabatan : Pimpinan Cabang

Menerangkan bahwa,

Nama : LAILATUL ISTIQOMAH

NPM : 1804102022

Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Telah kami setuju untuk melaksanakan prasurvey di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional dalam rangka penyelesaian tugas akhir/Skripsi dengan judul :

“STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (STUDI KASUS BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KC SENDANG AGUNG LAMPUNG TENGAH)”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pimpinan Cabang

BMT ASSYAFIYAH BN



Muhammad Hudaifah

NIP 1.201303.19911128.0128



**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 : Lailatul Istiqomah
NPM : 1804102022
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat Di Kecamatan Sendang Agung (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 10%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 31 Mei 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah)

A. Wawancara

1. Wawancara kepada pimpinan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - a. Berapakah jumlah karyawan pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah?
 - b. Terkait dengan produk simpanan ceria prima apakah BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung sudah melakukan strategi untuk menarik minat nasabah pada produk simpanan ceria prima?
 - c. Strategi apa saja yang sudah dilakukan oleh BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah?
 - d. Apakah produk simpanan ceria prima banyak diminati di kalangan masyarakat?
 - e. Apakah lokasi BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung strategis dan terjangkau oleh calon nasabah?
 - f. Apakah fasilitas yang ada di BMT Assyafi'iyah sudah memadai?
 - g. Berapakah keuntungan yang didapatkan oleh BMT Assyafi'iyah dengan jumlah nasabah anggota simpanan ceria prima yang begitu banyak?
2. Wawancara kepada Marketing BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - a. Apa keunggulan produk simpanan ceria prima di BMT Assyafi'iyah?
 - b. Apakah lokasi BMT Assyafi'iyah KC Sendang Agung strategis dan terjangkau oleh calon nasabah?
 - c. Apakah tataletak dan infrastruktur BMT Assyafi'iyah sudah menjamin membuat nasabah nyaman?

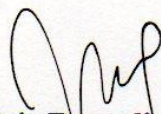
- d. Apakah sosialisasi tentang produk simpanan ceria prima sudah dilakukan oleh BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung?
 - e. Bagaimanakah minat masyarakat yang menjadi nasabah BMT Assyafi'iyah terhadap adanya produk simpanan ceria prima?
 - f. Apakah anggota BMT memilih produk simpanan ceria prima adanya dorongan dari diri sendiri atau orang lain?
 - g. Apakah yang menyebabkan anggota memilih menggunakan produk simpanan ceria prima?
 - h. Bagaimanakah indikator minat yang melatarbelakangi anggota BMT Assyafi'iyah menggunakan produk simpanan ceria prima?
 - i. Strategi apa yang digunakan oleh pihak BMT Assyafi'iyah agar masyarakat berminat menjadi nasabah produk simpanan ceria prima?
 - j. Strategi mana yang paling efektif yang perlu ditingkatkan agar nasabah tertarik pada produk simpanan ceria prima?
 - k. Apa keuntungan membuka tabungan simpanan ceria prima di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah?
 - l. Apa saja yang didapatkan nasabah jika sudah menabung di simpanan ceria prima?
 - m. Apa saja syarat untuk membuka simpanan ceria prima?
3. Wawancara kepada anggota BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
- a. Apakah anda nasabah produk simpanan ceria prima?
 - b. Apakah pihak BMT pernah mengadakan sosialisasi atau menawarkan produk simpanan ceria prima kepada anda?
 - c. Bagaimanakah respon anda ditawarkan produk simpanan ceria prima di BMT Assyafi'iyah?
 - d. Sudah berapa lama anda menjadi anggota BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah?
 - e. Kenapa anda memilih produk simpanan ceria prima?

- f. Apa yang didapatkan anda selama menjadi anggota BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah?
- g. Bagaimana anda bisa tertarik untuk menyimpan di BMT Assyafi'iyah, dan tertarik dari strategi yang mana?
- h. Apakah yang membuat anda menyimpan uang di BMT Assyafi'iyah apakah anda berminat dari dalam diri sendiri atau dorongan dari orang lain?
- i. Apakah yang membuat anda merasa tertarik untuk menggunakan produk simpanan ceria prima?
- j. Apakah anda sebelum menggunakan produk simpanan ceria prima anda mencaritahu terlebih dahulu mengenai produk ini?
- k. Apakah anda merasa senang atau suka terhadap produk yang sudah anda pilih?
- l. Apakah alasan anda memilih menyimpan di BMT Assyafi'iyah?


B. Dokumentasi

1. Sejarah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.
2. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.
3. Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.
4. Brosur-brosur BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah.

Dosen Pembimbing,


Upia Rosmalinda, M.E.I

Metro, Maret 2022
Mahasiswa Ybs,


Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN CERIA PRIMA UNTUK MENARIK MINAT MASYARAKAT DI KECAMATAN SENDANG AGUNG (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Produk Simpanan Ceria Prima
 - 3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

- B. Minat Masyarakat
 - 1. Pengertian Minat
 - 2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat
 - 3. Indikator Minat
 - 4. Pengertian Masyarakat

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - 1. Sejarah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - 2. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - 3. Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
 - 4. Produk-produk BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Sendang Agung Lampung Tengah
- B. Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat
- C. Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Ceria Prima Untuk Menarik Minat Masyarakat

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen Pembimbing,



Upia Rosmalinda, M.E.I

Metro, Maret 2022
Mahasiswa Ybs,



Lailatul Istiqomah
NPM. 1804102022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-551/In.28/S/U.1/OT.01/05/2022**

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

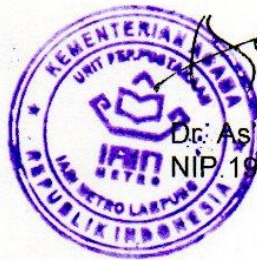
Nama : Lailatul Istiqomah
NPM : 1804102022
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1804102022

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, 27 Mei 2022
Kepala Perpustakaan



Asjad
Dr. Asjad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP. 19750505 200112 1 002

DOKUMENTASI



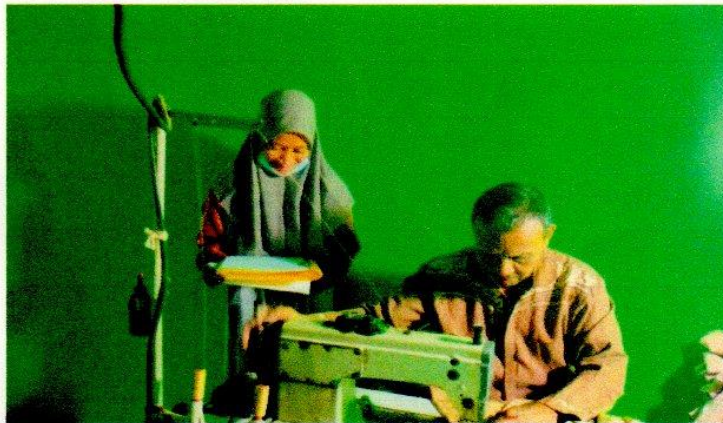
**Wawancara dengan Pimpinan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC
Sendang Agung Lampung Tengah**



**Wawancara dengan Marketing BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC
Sendang Agung Lampung Tengah**



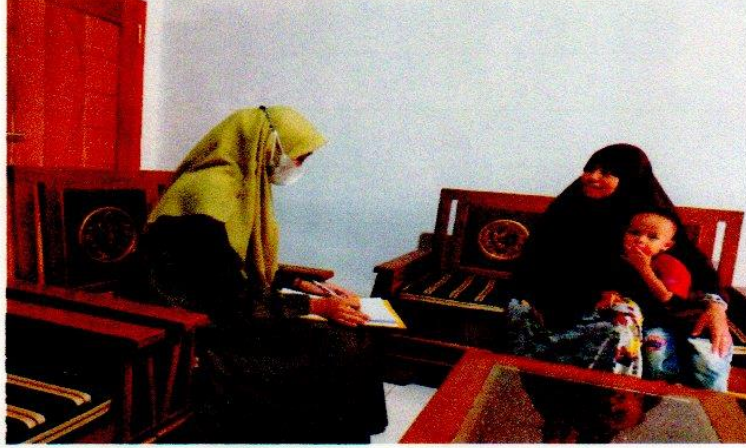
Wawancara dengan ibu Fitri Ulfamunah (pedagang baju)



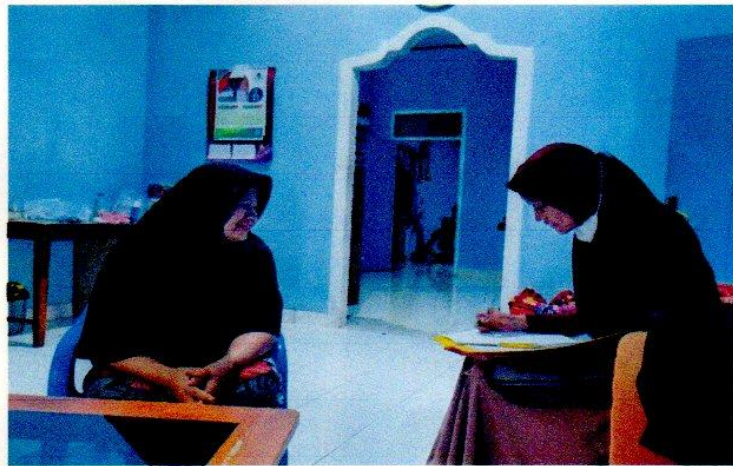
Wawancara dengan Bapak Salim (pedagang baju)



Wawancara dengan Ibu Nikmatul Hasanah (pedagang furniture)



Wawancara dengan Ibu Nuri Fajarina (pedagang pecah belah)



Wawancara dengan Ibu Mukrimah (pedagang baju)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Lailatul Istiqomah, lahir pada tanggal 29 November 1999, di Sendang Agung Lampung Tengah dari pasangan Bapak Sobari dan Ibu Mujiati. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Peneliti memulai pendidikan di TK Miftahul Huda Sendang Agung, lulus pada tahun 2006. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan dasarnya di MI Miftahul Huda Sendang Agung, lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 05 Pringsewu, lulus pada tahun 2015. Setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di MAN 1 Pringsewu jurusan IPS, lulus pada tahun 2018. Selanjutnya, peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, dimulai pada semester 1 Tahun Ajaran 2018/2019 jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.