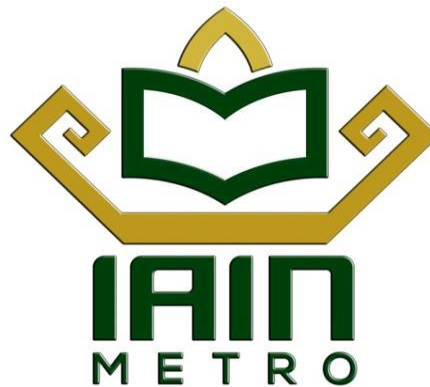


SKRIPSI

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT
MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH
NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH**

Oleh:

**ELVIA DAMAYANTI
NPM. 1903021026**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT
MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH
NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH**

Diajukan guna Memenuhi Tugas dan sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

ELVIA DAMAYANTI
NPM. 1903021026

Pembimbing: Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk di Munaqosyah**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

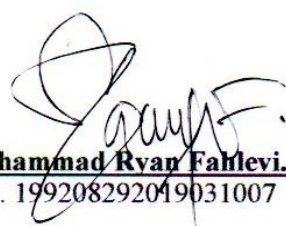
Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Elvia Damayanti
NPM : 1903021026
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

Sudah disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyah. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 25 Mei 2023
Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi. M.M
NIP. 199208292019031007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT
MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH
NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

Nama : Elvia Damayanti

NPM : 1903021026

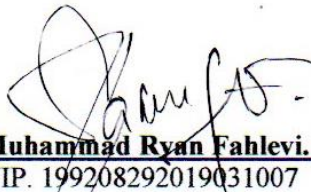
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbarfkan Syariah

MENYETUJUI

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

Metro, 25 Mei 2023
Dosen Pembimbing


Muhammad Ryan Fahlevi. M.M
NIP. 199208292019031007



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

JalanKi.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111

M E T R O Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2057 / In-28-3 / D / PP-00-9 / 06 / 2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH, disusun oleh: Elvia Damayanti, NPM: 1903021026, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/08 Juni 2023.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji I : Hermanita, M.M

Penguji II : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Sekretaris : Agus Alimuddin.,ME

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

**Oleh:
ELVIA DAMAYANTI**

Sebagai lembaga keuangan syariah, BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu, minat dapat muncul dalam diri seseorang melalui proses. Maka dari itu perlu adanya strategi marketing untuk meningkatkan masyarakat untuk bergabung menjadi anggota. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (field research), sedangkan sifat penelitiannya yaitu deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi marketing dalam meningkatkan minat masyarakat menabung di BMT Assyafiiyah BN yaitu dengan menerapkan 4P (Product, Price, Place dan Promotion), media cetak berupa brosur, jemput bola dan personal selling. Secara keseluruhan, strategi marketing yang dilakukan sudah cukup baik, hanya saja ada beberapa bagian yang belum maksimal seperti sistem jemput bola yang hanya dilakukan di pasar saja.

Kata Kunci: *Strategi Marketing, Lembaga Keuangan Syariah*

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elvia Damayanti
NPM : 1903021026
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, 2 Juni 2023
Yang Menyatakan



Elvia Damayanti
NPM. 1903021026

MOTTO

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S Al-Isra’ [17] : 27)

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Teruntuk ibuku Lalis Rohyati yang selalu mendukung dan memberikan doa kepadaku.
2. Teruntuk kakek dan nenek yang selalu memberikan doa terhadap keberhasilanku untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk seluruh keluarga besar saya yang sudah memberikan dukungan, motivasi, semangat dan doa yang di berikan kepadaku.
4. Teruntuk sahabat dan teman-temanku yang selalu membantuku dan memberikan dorongan, motivasi dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Dan teruntuk Bapak Ibu Dosen FEBI IAIN Metro yang telah memberikan ilmu, dan bimbingannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur saya panjatkan puji syukur kehadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada saya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas Skripsi ini dengan judul “STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH”.

Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Di dalam upaya penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penenliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjannah, M. Ag, PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta banyak motivasi dalam penulisan skripsi penulis.
4. Kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama masa perkuliahan.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan masukan untuk perbaikan agar skripsi ini dapat selesai dengan maksimal. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi peneliti maupun para pembaca.

Metro, 2 Juni 2023
Peneliti,



Elvia Damayanti
NPM.1903021026

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Marketing.....	11
1. Pengertian Strategi Marketing.....	11
2. Tujuan Strategi Marketing	12
3. Langkah-langkah Strategi Marketing.....	12
B. Minat Menabung	15
1. Pengertian Minat dan Menabung	15
2. Manfaat Menabung	17

3. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung.....	17
C. Lembaga Keuangan Syariah (LKS)	18
1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah	18
2. Fungsi dan Peran Lembaga Keuangan Syariah.....	20
3. Ciri dan Prinsip Lembaga Keuangan Syariah	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Sifat Penelitian	22
B. Sumber Data.....	23
1. Sumber Data Primer	23
2. Sumber Data Sekunder.....	23
C. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1. Wawancara	24
2. Dokumentasi	24
D. Teknik Keabsahan Data	25
E. Teknik Analisis Data.....	26
1. Reduksi Data	27
2. Penyajian Data	27
3. Penarikan kesimpulan	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	29
1. Sejarah BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah	29
2. Visi dan Misi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional	32
3. Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah	32
B. Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Masyarakat Menabung di BMT Assyafiiyahh Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.....	34

C. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Masyarakat Menabung di BMT Assyafiiyahh Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.....	38
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	43
B. Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Data Produk Tabungan BMT Assyafiiyah..... 5
2. Tabel 2.1 Data Jumlah Anggota BMT Assyafiiyah 2019-2022..... 5
3. Tabel 3.1 Nisbah Antara Anggota dan BMT Assyafiiyah 39

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah..... 33

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Outline
4. Surat Izin Pra Survey
5. Surat Tugas Research
6. Surat Izin Research
7. Surat Balasan Research
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto-foto Penelitian
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah adalah Lembaga keuangan yang melaksanakan transaksi keuangannya berdasarkan prinsip bagi hasil. Sebuah Lembaga keuangan syariah harus melakukan strategi marketing dengan cara pembaruan yang tiada akhir untuk menjadi pemain utama pada segmennya sehingga dapat menjadi preferensi utama bagi customer yang berujung pada keputusan bahkan loyalitas. Menurut SK Menkeu RI No. 792 Tahun 1990, lembaga keuangan adalah semua badan yang kegiatannya bidang keuangan, melakukan penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.¹

Sebuah Lembaga keuangan syariah harus melakukan strategi marketing dengan cara pembaruan tiada akhir untuk dapat menjadi pemain utama pada segmennya sehingga dapat menjadi preferensi utama bagi customer yang berujung pada kepuasan bahkan loyalitas. Strategi marketing mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa. Maka strategi marketing yang dibutuhkan adalah strategi yang mampu menghasilkan suatu barang atau jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, baik barang atau

¹ Y. Sri Susilo, dkk., *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 2-3.

jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.² Ahli marketing mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah kunci utama dari konsep strategi marketing. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing sesuai karakteristik.

Strategi marketing pada lembaga keuangan harus mampu untuk menciptakan produk serta jasa yang memberikan kepuasan terhadap konsumen, sehingga yang menjadi tujuan pemasaran lembaga keuangan akan tercapai. Dalam mencapai tujuan strategi marketing antara lain melalui segmentasi pasar dengan menentukan target pasar dan menentukan posisi produk yang tepat sehingga target pasar akan mengenal tawaran dan ciri khas lembaga keuangan yang akan mencerminkan brand, menciptakan produk lebih baik dari pesaing baik dari segi harga maupun kualitas, menyediakan tempat yang strategis serta dengan melakukan kegiatan promosi yang menarik.

Menurut Cahyani minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan Tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan.³ Minat menurut Shaleh Abdul Rahman adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan memiliki perasaan senang.

² Heri Erlangga, dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), h.9.

³ Yulia Putri, dkk, *Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.16, N0.1, 2019, h.81.

Menabung adalah salah satu cara dalam mengelola keuangan yang bertujuan untuk menyiapkan dana cadangan di masa depan. Tabungan juga berperan dalam menjamin kestabilan keuangan jika mengalami hal yang tidak diinginkan di masa yang akan datang. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah situasi sebelum melakukan tindakan sebagai respon terhadap keinginan anggota untuk memilih suatu produk tabungan yang cocok sehingga memiliki minat akan produk tersebut.

Berikut ayat tentang menabung yang terdapat dalam Q.S Al-Isra ayat 27 sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”*

Kandungan dari ayat tersebut yaitu larangan untuk tidak melakukan pemborosan, jadi untuk menghindari hal tersebut kita diperintahkan untuk menyisihkan harta kita untung ditabung agar dapat menopang hidup kita di masa yang akan datang.

Strategi marketing dapat diartikan sebagai proses penjualan barang dan jasa. Lembaga keuangan syariah menawarkan produk dan jasa yang dihasilkan. Pemasaran dalam industry perbankan fokus pada konsumen. Pemasar menjadi orang yang melayani dan mengetahui produk serta jasa sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga konsumen akan tertarik untuk menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah Lembaga keuangan dengan konsep syariah yang lahir sebagai pilihan yang menggabungkan konsep maal dan tamwil dalam satu kegiatan Lembaga. Kehadiran Lembaga keuangan mikro syariah yang Bernama BMT dirasakan telah membawa manfaat finansial bagi masyarakat, terutama bagi masyarakat kecil yang tidak bankable dan menolak riba karena berorientasi pada ekonomi kerakyatan.⁴

Pada tahun 1984, BMT dikembangkan oleh mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mencoba menggulirkan Lembaga pembiayaan berdasarkan prinsip syariah bagi usaha kecil. Kemudian BMT di berdayakan oleh ICMI sebagai sebuah Gerakan yang secara operasional ditindaklanjuti oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK). Pada saat krisis ekonomi pada tahun 1997 di Indonesia, BMT menjadi salah satu alternatif dalam melakukan pemulihan kondisi perekonomian.⁵ Dengan semakin berkembang pesatnya, Lembaga keuangan mikro memiliki 3.200 BMT yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya yaitu BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.

BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah merupakan kantor pusat BMT Assyafiiyah Berkah Nasional pertama yang didirikan oleh Mudhofir pada tahun 1995. Dengan semakin berkembang pesatnya, BMT Assyafiiyah Berkah Nasional memiliki 48 cabang di berbagai daerah. Karena cabang Kotagajah berdiri terlebih dahulu membuat nilai lebih untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional ini.

⁴ Novita Dewi Masyithoh, "Analisis Normatif Undang-Undang NO. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT)," Vol. 5, Edisi 2, 2014.

⁵ Muslim Tanjung dan Arina Novizas, "Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Dalam Perekonomian Islam" Vol. 3, No. 1, 2018.

Produk yang ditawarkan oleh BMT Assyafiiyah Berkah Nasional terdiri dari pembiayaan dan simpanan.

Tabel 1.1
Data Produk Simpanan BMT Assyafiiyah Berkah Nasional

No	Jenis Produk	Macam-macam Produk
1	Simpanan	<ul style="list-style-type: none"> - Ceria Prima - Ceria Utama - Ceria Pintar - Ceria Qurban - Ceria Ketupat - Ceria Berkah - Ceria Ihrom

Sumber: Data BMT Assyafiiyah Berkah Nasional

Menurut ibu Retno selaku Teller BMT Assyafiiyah Berkah Nasional KCP Kotagajah, mengatakan bahwa jumlah anggota yang ada di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional KCP Kotagajah pada tahun 2019-2022 sebagai berikut:⁶

Tabel 2.1
Data Jumlah Anggota BMT Assyafiiyah Berkah Nasional KCP Kotagajah tahun 2019-2022

No	Kategori Produk	Jumlah Anggota			
		2019	2020	2021	2022
1	Pembiayaan	620	465	588	600
2	Simpanan	750	525	630	690

Sumber: Data BMT Assyafiiyah Berkah Nasional

Berdasarkan data di atas dapat kita ketahui bahwa jumlah anggota yang menggunakan produk BMT Assyafiiyah Berkah Nasional KCP Kotagajah mengalami peningkatan. Hanya saja pada tahun 2021-2022 kenaikan jumlah anggota belum mencapai target dari standarisasi BMT Assyafiiyah.

⁶ Wawancara dengan Ibu Retno selaku Teller BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah, pada tanggal 28 Desember 2022 pukul 09:30 WIB.

Standarisasi kenaikan jumlah anggota yang dimiliki oleh BMT Assyafiiyah yaitu mencapai 15%.

Berdasarkan dari data tabel jumlah anggota di atas, BMT Assyafiiyah Berkah Nasional tidak mencapai target peningkatan anggota dikarenakan tidak jauh dari persaingan yang terjadi di sekitar BMT ini. Persaingan yang terjadi diantaranya ada 2 Bank Konvensional dan 1 BMT lain yang menjadi pesaing utama dalam meningkatkan minat anggota. Sehingga menimbulkan dampak negative pada BMT Assyafiiyah Berkah nasional yaitu menurunnya minat masyarakat terhadap BMT Assyafiiyah Berkah Nasional. Selain itu, pada tahun 2021-2022 para anggota BMT mengalami dampak dari adanya covid yang menyebabkan anggota mengundurkan diri dari BMT Assyafiiyah.

Menurut ibu Siti Yuslina selaku anggota BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah yang bergabung pada tahun 2021 mengatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh BMT tersebut sebelum beliau menjadi anggota yaitu dengan cara sosialisasi yang dilakukan pihak BMT kepada masyarakat yang didampingi langsung oleh aparatur desa sehingga membuat beliau yakin dan tertarik untuk menabung di BMT Assyafiiyah Berkah nasional Kotagajah.⁷

Menurut bapak Ahmad Musbikhin, S.E selaku pimpinan cabang BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah menyatakan bahwa BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah dapat bertahan karena melakukan strategi marketing berupa promosi yang tidak hanya dilakukan

⁷ Wawancara dengan Ibu Siti Yuslina selaku nasabah BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah, pada tanggal 04 Januari pukul 10:00 WIB.

secara door to door (personal selling) melainkan juga melibatkan aparat desa serta kelembagaan seperti sekolah.⁸

Berdasarkan uraian di atas, fenomena ini tentu saja memicu permasalahan terkait dengan adanya beberapa lembaga keuangan syariah yang mengalami pailit ternyata mampu mempengaruhi anggota BMT yaitu dengan menarik dananya sehingga mengakibatkan penurunan jumlah anggota. Tidak hanya itu, bahkan minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota dan menggunakan produk serta fasilitas layanan yang diberikan pun ikut menurun. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa strategi yang selama ini digunakan masih kurang maksimal.

Seharusnya jika strategi pemasaran yang digunakan sudah baik, maka anggota tidak akan terpengaruh dengan kondisi di luar BMT Assyafiiyah itu sendiri karena anggota sudah memiliki kepercayaan penuh bahwa BMT Assyafiiyah tidak akan mengalami hal yang sama seperti yang dialami beberapa lembaga keuangan syariah tersebut. Oleh sebab itu, strategi marketing sangat diperlukan dalam menghadapi dampak negatif dari faktor eksternal yang dapat menyebabkan menurunnya minat masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.”**

⁸ Wawancara dengan Bapak Ahmad Musbikihin selaku Pimpinan Cabang BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah, pada tanggal 21 Desember 2022 pukul 10:00 WIB.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi marketing yang dilakukan BMT Assyafiiyah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang peneliti paparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing yang dilakukan BMT Assyafiiyah dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai informasi ataupun wawasan keilmuan Lembaga keuangan khususnya yang berbasis syariah dan juga untuk seluruh kalangan baik masyarakat maupun mahasiswa yang membacanya.

b. Manfaat Praktis

Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah dalam strategi marketing meningkatkan minat masyarakat.

D. Penelitian Relevan

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa yang mengangkat tema yang sama, antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Felicia Yolanda dan Jojok Dwiridhotjahjono, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, dengan judul *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna HDF Surabaya”*. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Felicia Yolanda dan Jojok Dwiridhotjahjono adalah Antenna HDF Surabaya menggunakan bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat, strategi promosi dan melakukan analisis SWOT.⁹

Berdasarkan penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh Felicia dan Jojok memiliki persamaan pada metedo penelitian yaitu deskriptif kualitatif. Adapun perbedaan yang mendasar antara penelitian Felicia dan Jojok dengan peneliti terletak pada objek penelitian. Felcia dan Jojok melakukan objek penelitian pada Antenna HDF Surabaya, sedangkan peneliti ini melakukan objek penelitian pada BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Moh Rusdi, Universitas Trunojoyo Madura, dengan judul *“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya”*. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Moh Rusdi adalah Perusahaan Ud. Berkah

⁹ Felicia Yolanda dan Jojok Dwiridhotjahjono, *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Antenna HDF Surabaya”*, Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol. 16, No. 1.

Jaya melakukan strategi pemasaran masih menggunakan cara tradisional yaitu tatap muka langsung atau dari mulut ke mulut.¹⁰

Berdasarkan penelitian di atas, maka dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh Felicia dan Jojok terdapat persamaan dengan penelitian ini. Persamaan tersebut terletak pada pembahasan strategi marketing untuk meningkatkan.

3. Penelitian yang dilakukan Reza Sri Wahyuni jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan judul "*Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri.*" Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Reza Sri Wahyuni adalah BSM KCP Banda Aceh melakukan strategi pemasaran dengan cara sosialisai, yaitu sosialisasi secara langsung dan sosialisasi secara tidak langsung.¹¹

Berdasarkan penelitian di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan Reza terdapat perbedaan dengan penelitian ini. Pada penelitian Reza mengkaji pada Bank Syariah Mandiri, sedangkan pada penelitian ini mengkaji pada BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.

¹⁰ Moh Rusdi, "*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah jaya*", Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Vol. 6, No. 2, 2019.

¹¹ Reza Sri Wahyuni, Skripsi "*Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri*", (Banda Aceh:Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2020).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Marketing

1. Pengertian Strategi Marketing

Strategi menurut Prahalad berarti tindakan yang bersifat tambahan (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para konsumen di masa depan.¹

Pemasaran (marketing) merupakan bagian yang sangat penting dalam perusahaan bagian pemasaran mempunyai tanggung jawab untuk mempengaruhi konsumen ke dalam suatu rangkaian kegiatan yang terkoordinir. Kegiatan pemasaran dilakukan melalui sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Proses tersebut merupakan fungsi dari manajemen dalam kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.²

Sedangkan, menurut Kotler Pemasaran adalah manajemen pemasaran merupakan suatu seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan menumbuhkan konsumen dengan menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai konsumen yang unggul.

¹ Sunarsasi, Nanang Rudi Hartono, *Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar, Jurnal Translitera*, Vol 9, No.1, 2020, h.23.

² Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, (Bangkes: Duta Media Publishing, 2021), h.1.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran adalah seleksi atas pasar sasaran. Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan kegiatan yang dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi pemasaran (marketing) merupakan bagian penting dari sistem pemasaran yang menjadi langkah awal untuk membuat rencana pemasaran.

2. Tujuan Strategi Marketing

Secara umum tujuan marketing bank adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank.
- b. Meningkatkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Meningkatkan pilihan produk yang berarti bank menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki banyak pilihan produk.
- d. Meningkatkan moto hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah.³

3. Langkah-langkah Strategi Marketing

Untuk melancarkan strategi marketing menurut Kotler kita harus mengetahui dan memahami langkah-langkah strategi marketing agar strategi marketingnya berjalan sesuai apa yang diinginkan. Berikut strategi yang digunakan adalah bauran pemasaran yang terdiri dari:

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h.197.

a. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang meliputi kualitas, ciri, merk, kemasan, pelayanan, dan garansi. Produk merupakan hal penting dalam strategi marketing yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan, sehingga dapat menarik konsumen dengan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Menurut Kotler dan Armstrong beberapa indikator produk sebagai berikut:

- 1) Product quality (kualitas produk)
- 2) Product features (fitur produk)
- 3) Product style and desain (gaya dan desain produk)
- 4) Product variety (varian produk)
- 5) Brand name (nama produk)
- 6) Packaging (kemasan)
- 7) Sizes (ukuran)
- 8) Services (layanan)
- 9) Returns (pengembalian)

b. Harga (*Price*)

Harga adalah nilai suatu barang yang dapat diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo, jangka waktu pembiayaan dan syarat kredit. Harga memegang peran penting dalam proses terjadinya kesepakatan transaksi jual beli. Berikut indikator dalam menetapkan harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

c. Tempat (*Place*)

Tempat yang strategis dan mudah dijangkau tentunya menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi, maka perusahaan harus mempertimbangkan dalam menyeleksi lokasi yang akan digunakan.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah bentuk komunikasi yang memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan anggota mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Proses marketing dapat dilakukan dengan cara pengiklanan atau brosur dan public relation. Promosi menjadi faktor pendukung terhadap keberhasilan marketing suatu produk atau jasa.⁴

Berikut beberapa indikator dalam melakukan strategi promosi antara lain:

- 1) *Advertising* (periklanan), adalah bentuk promosi ide, barang atau jasa oleh pihak tertentu yang memerlukan pembayaran.

⁴ Desy Dwi Sulastriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika, "Strategi Bauran Pemasaran \$P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo" Jurnal: Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.6, No. 3, 2020.

- 2) *Sales Promotion* (promosi penjualan), yaitu bentuk promosi jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
- 3) *Event and experiences*, yaitu aktivitas perusahaan yang dirancang untuk mengkomunikasikan merek tertentu.
- 4) *Public relations and publicity*, yaitu komunikasi menyeluruh dari perusahaan kepada masyarakat untuk memperoleh publisitas yang menguntungkan.
- 5) *Online and social media marketing*, yaitu aktivitas daring yang dirancang dengan melibatkan pelanggan secara langsung maupun tidak langsung.
- 6) *Mobile marketing*, suatu bentuk khusus dari pemasaran daring yang menempatkan promosi melalui perangkat seperti handphone dan smartphone.
- 7) *Personal selling*, bentuk promosi melalui interaksi langsung dengan calon pembeli.⁵

B. Minat Menabung

1. Pengertian Minat dan Menabung

Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau

⁵ Hendrayani Eka, Wahyunita Sitinjak, dkk, "*Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*", (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), h.117-118.

kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Minat menurut Djamarah adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat pada suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas tersebut secara konsisten dan senang.⁶

Menabung adalah salah satu cara dalam mengelola keuangan yang bertujuan untuk menyiapkan dana cadangan di masa depan. Tabungan juga berperan dalam menjamin kestabilan keuangan jika mengalami hal yang tidak diinginkan di masa yang akan datang.

Menurut Assael minat menabung merupakan kecenderungan nasabah memilih produk atau mengambil tindakan yang berkaitan dengan melakukan penyimpanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat menabung adalah situasi seseorang sebelum melakukan tindakan sebagai respon terhadap keinginan nasabah untuk memilih suatu produk tabungan yang cocok sehingga memiliki minat akan produk tersebut.

Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dalam diri individu. Minat dapat timbul dalam diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat dapat berkembang. Faktor yang paling mendasar di dalam masyarakat terhadap minat menabung yakni faktor pendapatan masyarakat itu sendiri.

⁶ Putri Yulia, Ani Solihat, dkk “Strategi Meningkatkan Minat menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas”, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 16, No. 1, 2019, h. 81.

2. Manfaat Menabung

Menabung merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat untuk hari ini atau masa depan karena hasil yang ditabung dapat dirasakan dimasa yang akan datang. Berikut sedikit manfaat dari menabung:

- a) Membiasakan menyisihkan uang.
- b) Membiasakan mengatur dan mengelola keuangan.
- c) Mendisiplinkan perencanaan keuangan.
- d) Sudah merencanakan dan mempersiapkan untuk masa depan.⁷

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung

Menurut Tjiptono, pengetahuan, pelayanan dan lokasi merupakan faktor yang penting dalam menarik minat masyarakat. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung:

a. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

b. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menabung

Pelayanan adalah setiap tindakan yang atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan

⁷ Purwanto Bambang, Iing Lukman, "Pentingnya Menabung bagi Generasi Muda", Jurnal Bakti Masyarakat Manajemen, Universitas Malahayati.

merupakan perilaku produsen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh LKS yang mampu mengarahkan operasional pada kualitas pelayanan jasa yang baik. Dan yang paling penting adalah akses. Akses ini berhubungan dengan letak LKS yang strategis, pasar, sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.

c. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Menabung

Pertimbangan dalam memilih letak lokasi yaitu berdasarkan jenis usaha yang akan dilakukan. Menentukan lokasi merupakan keputusan penting dalam bisnis yang bertujuan untuk mewujudkan pelanggan agar datang ke tempat tersebut. Lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat menentukan tercapainya tujuan badan usaha. Lokasi yang tepat adalah di tempat dengan potensi pasar yang besar.⁸

C. Lembaga Keuangan Syariah

1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah

Lembaga keuangan syariah pertama kali didirikan oleh Organisasi Konferensi Islam (OKI) di Banghazi pada maret 1973. Tujuan utama didirikannya Lembaga keuangan syariah untuk menunaikan perintah Allah dalam bidang ekonomi dan muamalah serta membebaskan masyarakat dari

⁸ Indi Irnawati, "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah*", Jurnal Ekonomi, Universitas Negeri Makasar.

larangan agama islam. Pada dasarnya, Lembaga keuangan syariah merupakan system yang sesuai dengan ajaran agama islam tentang larangan riba dan gharar.⁹

Lembaga keuangan syariah adalah Lembaga keuangan yang menjembatani antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak melalui produk dan jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.¹⁰ Lembaga keuangan syariah memiliki visi mewujudkan system keuangan yang berlandaskan keadilan, kemaslahatan, kejujuran, transparansi, anti penindasan.

Sebagai Lembaga keuangan syariah, BMT merupakan Lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir. Sebagai Lembaga sosial, Baitul maal memiliki kesamaan fungsi dan peran dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ), oleh karena itu Baitul maal harus didorong agar mampu berperan secara professional menjadi LAZ yang mapan. Sementara itu, sebagai Lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sector keuangan yakni simpan pinjam.¹¹

BMT merupakan suatu Lembaga keuangan yang sangat dibutuhkan bagi masyarakat dan pengusaha kecil dan memiliki tujuan yang

⁹ Kolistiawan Budi, "Tantangan Lembaga keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN", Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2017, h.55-56.

¹⁰ Siswadi, "Lembaga Keuangan Syariah Non Bank BMT (Baitul Mal Wat Tamwil) Tawaran Bebas Aqad yang Dilarang dalam Syariat Islam", Jurnal Ummul Qura, vol. 4, No. 2, 2015.

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, "Lembaga keuangan Syariah", (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), h.187.

menyangkut pembiayaan. Tujuan didirikannya BMT yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, dalam mengembangkan usahanya dengan cara menyimpan dan meminjam uang.

2. Fungsi dan Peran Lembaga keuangan Syariah

Fungsi dan peran Lembaga keuangan syariah diantaranya memenuhi kebutuhan masyarakat akan dana sebagai sarana untuk melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan prinsip syariah. Berikut beberapa fungsi dan peran Lembaga keuangan syariah:

- a. Memperlancar pertukaran produk (barang dan jasa) dengan menggunakan jasa keuangan sesuai dengan prinsip syariah.
- b. Menghimpun dana dari masyarakat untuk disalurkan Kembali dalam bentuk pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.
- c. Memberikan pengetahuan kepada pengguna jasa keuangan sehingga membuka peluang keuntungan sesuai prinsip syariah.
- d. Lembaga keuangan memberikan jaminan hukum mengenai keamanan dana masyarakat yang dipercayakan sesuai prinsip syariah.
- e. Menciptakan likuiditas sehingga dana yang disimpan dapat digunakan ketika dibutuhkan sesuai prinsip syariah.¹²

3. Ciri dan Prinsip Lembaga Keuangan Syariah

Adapun ciri-ciri Lembaga Keuangan Syariah sebagai berikut:

- a. Dalam menerima titipan dan investasi, Lembaga keuangan syariah harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.

¹² Mardani, "Aspek Hukum dan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, (Jakarta: kencana, 2017), h.5.

- b. Hubungan antara investor, pengguna dana, dan Lembaga keuangan syariah sebagai intermediary institution, berdasarkan kemitraan, bukan hubungan debitur dan kreditur.
- c. Bisnis Lembaga keuangan syariah bukan berdasarkan profit oriented, tapi menggunakan falah oriented, yaitu kemakmuran dunia dan kebahagiaan akhirat.
- d. Konsep transaksi berdasarkan kemitraan bagi hasil, jual beli, dan sewa-menyewa.
- e. Lembaga keuangan syariah hanya melakukan investasi yang halal dan tidak merugikan syiar islam.

Selain ciri-ciri, Lembaga keuangan syariah juga memiliki beberapa prinsip. Berikut prinsip-prinsip Lembaga keuangan syariah:

- a. Keadilan, yaitu berbagi keuntungan atas penjualan riil sesuai kontribusi dan resiko masing-masing pihak.
- b. Kemitraan, berarti posisi nasabah investor, dan pengguna dana sejajar dengan mitra usaha yang saling bersinergi untuk memperoleh keuntungan.
- c. Transparansi, yaitu Lembaga keuangan syariah memberikan laporan keuangan secara terbuka agar nasabah mengetahui keadaan dananya.
- d. Universal, yaitu tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan sesuai dengan prinsip islam sebagai rahmatan lil alamin.¹³

¹³ Wery Gusmansyah, "*Hukum Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*" (Bengkulu: CV. Zigie Utama, 2020), h. 81-83

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang menggambarkan tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan secara tepat dan intensif, baik sifat suatu individu, kelompok, suatu unit sosial lembaga dan masyarakat.¹

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan langsung di lokasi yang dipilih untuk penelitian dan berada di masyarakat tertentu. Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha memberikan informasi mengenai keadaan yang terjadi dilapangan secara alamiah. Mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah dikumpulkan.²

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan atau menggambarkan

¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 374

² Ibrahim, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 65

fenomena secara sistematis, baik sumber data dari narasumber di BMT Assyafiiyah tersebut.

B. Sumber Data

Dalam penelitian sumber data adalah sumber subyek dimana data didapatkan. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan pedoman wawancara data langsung pada subyek sebagai suatu informasi. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu bapak Ahmad Musbikhin selaku Pimpinan Cabang, ibu Indi Zulianti selaku Customer Servis, ibu Retno selaku Teller, bapak A. Ikhwanuddin selaku marketing 1, bapak Ibnu Hermawan selaku marketing 2, bapak Deddy Sumantri selaku marketing 3, bapak Muntarul Aziz selaku marketing 4 dan ibu Siti Yuslina selaku anggota BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah yang merupakan informasi kunci dalam penelitian ini.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data penunjang atau sebagai data pelengkap bagi peneliti berupa referensi dari buku buku, jurnal ilmiah, dokumen hasil wawancara, yang berkaitan dengan data yang diperlukan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data secara tatap muka atau tanya jawab antara pihak pewawancara (peneliti) dengan pihak yang diwawancarai (narasumber).³ Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur, yaitu wawancara dengan pertanyaan yang hanya garis besar pada permasalahan. Wawancara tak terstruktur ini pewawancara bebas memberikan pertanyaan apapun yang berkaitan dengan hal-hal pokok yang dibicarakan dan dianggap perlu.

Teknik sampling yang digunakan yaitu *snowball sampling*. Snowball sampling adalah teknik yang penentuan sampelnya awal dalam jumlah kecil kemudian semakin lama menjadi jumlah besar.⁴ Dalam teknik ini memilih beberapa orang untuk diteliti, namun jika belum memberikan ketentuan yang sesuai maka melakukan pencarian kembali guna menambahkan sumber data sebelumnya.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang telah berlalu, baik berupa tulisan, gambar, maupun karya monumental seseorang.

³ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), h. 28.

⁴ Tarjo, Metode Penelitian Sistem 3x Baca, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), h. 57.

Dokumentasi bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengkaji secara langsung terkait objek penelitian.

D. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan peneliti untuk menjamin bahwa data tersebut benar, baik bagi pembaca maupun subjek penelitian.

Untuk memeriksa keabsahan data mengenai “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah” berdasarkan data yang sudah terkumpul, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu mengadakan perbandingan antara sumber data yang satu dengan yang lain. Menurut Moleong, “Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data tersebut”.⁵

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian, terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi Teknik.

⁵ Lexy J Moleong, *Edisi Revisi Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 178.

Triangulasi Teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Yaitu teknik wawancara dan dokumen pendukung terhadap informan.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses data yang disederhanakan agar mudah untuk dipahami, dibaca maupun dipresentasikan. Analisis kualitatif dalam suatu penelitian digunakan apabila data penelitian yang diangkat dari lapangan memiliki sifat-sifat kualitatif. Kemudian peneliti mengadakan perbandingan antara realita dengan teori apakah sama atau berbeda dengan yang terjadi dilapangan agar dapat memperoleh kesimpulan pada penelitian yang dibuat sekarang, apakah pelaksanaannya antara teori dan praktik dilapangan sesuai atau tidak dengan teori yang ada.

Metode analisa kualitatif digunakan dalam metode ini dikarenakan data penelitian didapatkan berupa keterangan yang berbentuk uraian. Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat induktif, artinya proses analisis data berlangsung dari fakta-fakta ke teori, sederhananya menganalisa dari permasalahan khusus, menganalisa dan mengaitkan kemudian ditarik kesimpulan untuk menjadi pengetahuan umum.

Langkah awal yaitu pengamatan/pengalaman awal. Dalam langkah ini, peneliti melakukan sebuah wawancara lapangan dan dokumentasi untuk mendapatkan fakta permasalahan BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah tentang Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung, informasi dari lapangan ini sebagai bahan

mentah yang kemudian diringkas, disusun lebih sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok penting permasalahan.

Langkah-langkah analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi, akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁶

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dengan bentuk uraian singkat, bagan, dan hubungan antar kategori.⁷ Dalam penyajiannya data peneliti akan menguraikan dan mendeskripsikan data yang telah diperoleh dari lapangan secara sistematis.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam menganalisis penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, setiap kesimpulan awal masih kesimpulan sementara yang akan berubah bila diperoleh data baru dalam pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 247.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*, 249.

selama di lapangan diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan kembali meninjau ulang catatan lapangan sehingga berbentuk penegasan kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah

Baitul Maal Watt Tamwil (BMT) merupakan konsep keuangan mikro syariah yang menjalankan orientasi komersil melalui kegiatan tamwilnya dan orientasi sosial melalui kegiatan maalnya secara harmonis. Dalam konteks ekonomi islam, konsep BMT merupakan bentuk penerapan dari ekonomi islam.¹

KSPPS BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah didirikan pada tanggal 03 september 1995, yang bertempat di pondok pesantren nasional assyafiiyah kotagajah kabupaten lampung tengah dengan nama BMT Assyafiiyah Berkah Nasional. Pendiriannya dilakukan oleh beberapa tokoh kotagajah, diantaranya:

- a. Bpk. Mudhofir aktifis dan praktisi koperasi
- b. Bpk. Drs. Ali Nurhamid, M.Sc PNS pada kantor Departemen Agama Kab. Lampung Tengah
- c. KH, Suhaimi Rais tokoh agama di kec. Kotagajah
- d. Drs. Ali Yurja Sharbani PNS dan tokoh agama
- e. Pemangku pondok pesantren nasional assyafiiyah Kotagajah.²

¹ Divisi keuangan Mikro Syariah, dkk, "*Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia*", (Jakarta : Komite Nasional keuangan Syariah (KNKS), 2019), h.20.

² Data dari BMT Assyafiiyah Berkah Nasional pada 5 Mei 2023

Berawal dari kegiatan jamaah pengajian Assyafiiyah dan pengajian akbar peresmian pondok pesantren nasional assyafiiyah dengan penceramah Bpk. KH. Drs. Agus Darmawan dari Jakarta, menyisakan dana sebesar Rp. 800.000 yang selanjutnya digunakan untuk modal awal BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.

Pada 15-25 November 1995, ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) langsung mengadakan pelatihan bagi BMT yang ada di Lampung dan selanjutnya berubah menjadi Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dibawah naungan PINBUK Lampung.

Untuk menambah modal kegiatan Baitul Maal pada saat itu, pada tahun 1997 BMT Assyafiiyah Berkah Nasional mendapat bantuan dana dari Bank Muamalat Indonesia Pusat sebesar Rp. 2.500.000 sebagai dana bergulir. Pada tahun 1999 mendapatkan bantuan dana dari Kementerian Koperasi sebesar Rp. 59.000.000 untuk mengelola dana Lembaga Ekonomi Produktif Masyarakat Mandiri (LEPMM).

Dari dana itulah BMT Assyafiiyah BN mulai memperlihatkan kemajuannya, sehingga pada tanggal 15 Maret 1999 resmi mendapatkan status badan hukum koperasi dengan nomor : 28/BH/KDK.7.2/III/1999, sehingga BMT Assyafiiyah Berkah Nasional berubah nama menjadi Koperasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.³

³ Data dari BMT Assyafiiyah Berkah Nasional pada 5 Mei 2023

Pada tahun 2004 BMT Assyafiiyah BN memiliki bangunan kantor baru yang berlokasi di jalan Gasella Pasar Kotagajah Lampung Tengah dan mulai mengembangkan kantor-kantor cabang di Lampung Tengah. Pada 30 Januari 2004 kantor pusat dibangun dan diresmikan yang beralamatkan di Jl. Jendral Sudirman No. 9 Kotagajah, Lampung Tengah. Dengan semakin berkembang pesatnya BMT ini, BMT Assyafiiyah Berkah Nasional memiliki 49 cabang yang tersebar di seluruh Lampung.

Peraturan Menteri Koperasi dan UKM RI No.10/Per/M.KUKM/IX/2015 pada 23 September 2015, tentang petunjuk pelaksanaan kelembagaan koperasi dari KJKS berubah menjadi KSPPS (Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah). Maka dilakukan perubahan anggaran dasar, sehingga terbit ketetapan dinas koperasi dan umkm provinsi Lampung Nomor : 219/PAD/M.KUKM.2/XII/2015 pada 16 Desember 2015 KJKS BMT Assyafiiyah Berkah Nasional berubah menjadi KSPPS BMT Assyafiiyah Berkah Nasional.

- 1) Nama Koperasi : KSPPS BMT Assyafiiyah Berkah Nasional
- 2) Kelompok koperasi : Simpan Pinjam
- 3) Tahun berdiri : 1995
- 4) Badan hukum : No : 28/BH/KDK.7.2/III/1999
Tanggal : 15 Maret 1999
- 5) Alamat lengkap : Kotagajah Jl. Jendral Sudirman
Kelurahan : Kotagajah Timur

Kecamatan : Kotagajah
Kab/kota : Lampung Tengah
Provinsi : Lampung
Telp : (0725) 510089
E-mail : bmt_assyafi'iyah@yahoo.co.id

2. Visi dan Misi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional

a. Visi

Menjadi koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah yang sehat kuat bermanfaat mandiri dan islami.

b. Misi

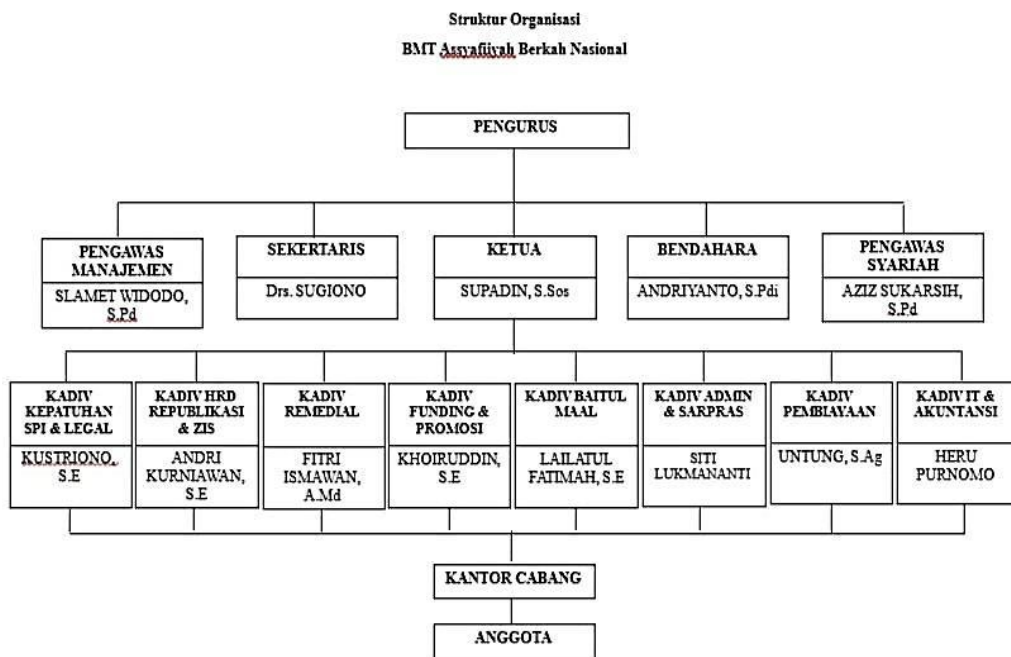
- 1) Meningkatkan kesejahteraan anggota dan lingkungan kerja.
- 2) Meningkatkan sumber pembiayaan dan penyediaan modal dengan prinsip syariah.
- 3) Menumbuh kembangkan usaha produktif dibidang perdagangan, pertanian, industri dan jasa.
- 4) Menyelenggarakan pelayanan prima kepada anggota dengan efektif efisien dan transparan.
- 5) Menjalani kerjasama usaha dengan berbagai pihak.

3. Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah

Struktur organisasi mempunyai peranan dalam menunjang tugas, wewenang, tanggung jawab serta hubungan kerja antara pimpinan dan bawahan yang ada pada organisasi tersebut, yang dibuat dengan tujuan

untuk mengatur dan mengarahkan setiap aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan sehingga dapat terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan tujuan. Berikut struktur organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional



Berikut struktur organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional

Cabang Kotagajah:

1. Pimpinan Cabang : Ahmad Musbikhin, S.E
2. Kasir : Retno Widya Ningsih
3. Customer Servis : Ismindiyah Dwi Zuliyanti, S.E
4. Marketing : Deddy Sumantri, A.Md
Ikhwanuddin, A.Md
Muntarul Aziz, S.E
Ibnu Hermawan, S.Pd

B. Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Masyarakat Menabung di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah

KSPPS BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki fungsi sebagai Baitul Tamwil dan Baitul Maal. Sebagai Baitul Tamwil bergerak dan 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, Shadakoh, dan Wakaf.

Seiring berjalannya waktu, BMT Assyafiiyah BN memiliki beberapa pesaing yang menimbulkan fluktuasi anggota pada BMT ini. Sehingga BMT Assyafiiyah harus menyusun strategi untuk tetap eksis dan bertahan ditengah kondisi BMT yang mengalami fluktuasi anggota. Strategi pemasaran yang jitu dan berhasil akan memberikan rasa keinginan atau minat kepada masyarakat untuk menjadi anggota. Oleh sebab itu strategi pemasaran adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan dalam operasional lembaga keuangan syariah.⁴

Menurut bapak A. Ikhwanuddin, A.Md selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah, beliau mengatakan bahwa dalam menarik minat masyarakat menggunakan strategi 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*).

⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Ahmad Musbikhin, S.E selaku pimpinan cabang BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 5 Mei 2023.

Produk yang ditawarkan oleh BMT Assyafiiyah adalah untuk memuaskan keinginan anggota dan dapat dijangkau oleh segala lapisan masyarakat. *Price* dalam hal ini yaitu sistem bagi hasil yang diberikan oleh pihak BMT Assyafi'iyah yang menarik. *Place* yang strategis kantor BMT Assyafi'iyah yang mudah diakses oleh masyarakat desa untuk melakukan transaksi langsung di kantor, bertempat di jalan utama dan berada di dekat pasar dan rumah masyarakat. Dalam promosi BMT Assyafi'iyah menggunakan media cetak, brosur, dan melalui marketing.⁵

Menurut bapak Muntarul Aziz, S.Pd selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah, beliau mengatakan bahwa strategi marketing yang digunakan tidak hanya menerapkan 4P (Product, Price, Promotion, Place), melainkan juga memberikan bonus bagi anggota yang sudah melakukan simpanan dalam jumlah yang banyak. Tidak hanya itu, untuk simpanan berjangka jauh lebih mudah dan lebih besar dibandingkan di bank. Karena BMT Assyafiiyah memiliki banyak macam produk simpanan sehingga membuat para anggota tertarik untuk melakukan simpanan di BMT ini.⁶

Sedangkan menurut bapak Deddy Sumantri, A.Md selaku marketing BMT Assyafiiyah BN, mengatakan bahwa beliau menerapkan strategi marketing melalui berbagai event dengan menjadi sponsor. Karena pada saat event dilakukan banyak masyarakat berkumpul dan pada saat itu juga

⁵ Hasil wawancara dengan Bapak A. Ikhwanuddin, A.Md selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Muntarul Aziz, S.Pd selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

marketing melakukan penyebaran brosur dengan mencantumkan nomor telepon pihak marketing.⁷

Menurut bapak Ibnu Hermawan, S.Pd selaku marketing BMT Assyafiiyah BN, beliau mengatakan bahwa strategi marketing yang dilakukan yaitu menggunakan jemput bola, dimana karyawan mendatangi masyarakat untuk mengenalkan produk-produknya. Strategi ini dilakukan agar masyarakat atau anggota merasa puas dan lebih terlihat akrab dengan karyawan sehingga tercipta rasa kekeluargaan dan keakraban dengan anggota. Strategi ini dapat dikatakan sangat efektif karena Lembaga ini merupakan lembaga mikro yang bergantung pada dukungan masyarakat.⁸

Untuk melakukan strategi marketing tersebut marketing membagi tugas dengan cara menyebar ke suata titik seperti bapak A. Ikhwanuddin di wilayah lampung timur dan sekitar, bapak Muntarul Aziz bagian Punggur dan sekitar, bapak Deddy Sumantri bagian Seputih Raman dan sekitar, selanjutnya untuk bapak Ibnu Hermawan bagian Bangun Rejo dan sekitar.

Menurut ibu Retno selaku Teller, beliau mengatakan bahwa jumlah anggota yang menggunakan produk di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional pada tahun 2019-2022 mengalami peningkatan. Hanya saja pada tahun 2020-2021 peningkatan jumlah anggota belum mencapai target yang ditentukan oleh BMT Assyafiiyah. Hal ini dikarenakan para anggota terkena dampak dari covid 19 yang menyebabkan anggota mengundurkan diri dari BMT

⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Deddy Sumantri, A.Md selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Ibnu Hermawan, S.Pd selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

Assyafiiyah.⁹Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota yang menggunakan produk BMT Assyafiiyah Berkah Nasional KCP Kotagajah mengalami Fluktuasi. Hal ini disebabkan pada tahun 2020-2021 terjadi covid yang menimbulkan perekonomian masyarakat menurun sehingga banyak dari anggota yang mengundurkan diri.

Menurut bapak Ahmad Musbikhin strategi marketing dalam menarik minat masyarakat yang paling efektif adalah dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggota, dengan demikian maka secara tidak langsung anggota akan menyebarkan informasi kepada khalayak ramai bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Cara ini dinilai cukup berhasil dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung menjadi anggota dan menggunakan produk/jasa yang ditawarkan.

Strategi marketing yang menarik dan berbeda dengan para pesaing juga dilakukan oleh BMT Assyafiiyah Berkah Nasional, yaitu dengan menyediakan layanan SMS banking dan memberikan sebutan yang unik disetiap produk nya baik itu produk simpanan ataupun produk pembiayaan. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para calon anggota, karena jarang sekali suatu lembaga keuangan syariah khususnya BMT menyediakan layanan SMS banking. Hanya saja strategi promosi yang dilakukan BMT Assyafiiyah ada yang kurang yaitu BMT ini tidak melakukan promosi di media sosial.¹⁰

⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Retno selaku teller BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

¹⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Ibnu Hermawan, S.Pd selaku marketing BMT Assyafiiyah BN Kotagajah pada 8 Mei 2023.

C. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan menunjukkan bahwa strategi marketing yang dilakukan BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah dalam menarik minat masyarakat menggunakan 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi) dan *Place* (tempat).

Product (produk) adalah segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang meliputi kualitas, ciri, merek, kemasan, pelayanan dan garansi. Produk merupakan hal penting dalam strategi marketing sehingga harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan. Dengan banyak macam produk yang ditawarkan oleh BMT Assyafiiyah membuat nilai lebih untuk menarik para calon anggota/masyarakat. Produk yang ditawarkan yaitu Simpanan dan Pembiayaan.

Adapun beberapa macam produk simpanan terdiri dari Ceria Utama (*Simpanan Mudharabah*), Ceria Prima (*Simpanan Wadiah*), Ceria Pintar (*Simpanan Tarbiyah*), Ceria Qurban (*Simpanan Qurban*), Ceria Ketupat (*Simpanan Hari Raya Idul Fitri*), Ceria Ihrom (*Simpanan Ibadah Haji/Umroh*), Ceria Wisata, Ceria Walimah, Ceria Pjk. Kendaraan, Ceria Arisan Haji dan Ceria Berkah (*Simpanan Berjangka Syariah*). Dari berbagai macam produk yang disediakan oleh BMT Assyafiiyah, ada produk yang menjadi unggulan dengan peminat yang banyak adalah Ceria Utama, karena dalam simpanan ini anggota mendapatkan return bagi hasil.

Dalam hal ini strategi product yang dilakukan oleh BMT Assyafiiyah yaitu dengan menggunakan product variety (varian produk). Dengan banyak varian produk yang disediakan oleh BMT Assyafiiyah membuat calon anggota tertarik untuk bergabung menjadi anggota BMT Assyafiiyah.

Price (harga) merupakan nilai suatu barang yang dapat diukur dengan uang, termasuk daftar harga, promo, jangka waktu pembiayaan dan syarat pembiayaan. Harga memegang peran penting dalam proses terjadinya Sistem harga yang diterapkan oleh BMT Assyafiiyah yaitu dengan menerapkan sistem bagi hasil (nisbah). Sistem bagi hasil merupakan sistem dimana dilakukannya perjanjian dalam melakukan suatu usaha. Dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang didapat antara kedua belah pihak. Dengan sistem ini, ada pembagian hasil antara anggota dan BMT, jika pihak BMT mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung oleh kedua belah pihak yaitu anggota dan BMT dengan asumsi kerugian tersebut disebabkan oleh BMT dalam mengelola tabungan, tetapi semua ada kesepakatan antara anggota dan BMT saat melakukan akad.

Tabel 3.1
Nisbah antara Anggota dan BMT

Jangka Waktu	Anggota	BMT
3 Bulan	30 %	70 %
6 Bulan	40 %	60 %
12 Bulan	60 %	40 %

Strategi yang dilakukan dalam Price yaitu dengan menawarkan nisbah kepada calon anggota. Jika calon anggota ingin mendapatkan nisbah yang lebih besar, maka harus memilih waktu simpanan selama 12 bulan. Nisbah

yang diberikan oleh BMT Assyafiiyah sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh anggota.

Promotion (promosi) merupakan bentuk komunikasi yang memberikan penjelasan agar dapat meyakinkan anggota mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Proses marketing dapat dilakukan dengan cara pengiklanan melalui media cetak seperti brosur. Kemudian brosur tersebut disebar ke pasar, masyarakat dan instansi pendidikan. Selanjutnya public relation, dalam BMT Assyafiiyah public relation yang dilakukan seperti bergaul dengan masyarakat serta memberikan informasi terkait BMT Assyafiiyah dan menumbuhkan motivasi masyarakat akan pentingnya menabung. Promosi menjadi faktor pendukung terhadap keberhasilan marketing suatu produk atau jasa. Promosi yang dilakukan BMT Assyafiiyah secara keseluruhan sudah sesuai dengan indikator yang ada yaitu dengan strategi periklanan, personal selling, public relation.

Place (tempat) yang strategis dan mudah dijangkau tentunya menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa. Tetapi tidak menuntut kemungkinan adanya pesaing yang berada di sekitar BMT Assyafiiyah ini seperti adanya beberapa bank konvensional dan beberapa BMT lain. Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran suatu perusahaan dapat bereaksi terhadap perubahan situasi ekonomi, maka perusahaan harus mempertimbangkan dalam menyeleksi lokasi yang akan digunakan. Dalam hal ini kantor cabang BMT Assyafiiyah yang berada Kotagajah cukup

strategis karena berada ditengah keramaian seperti dekat pasar, rumah masyarakat, dan sekolah-sekolah.

Secara keseluruhan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kotagajah telah melakukan seluruh indikator startegi marketing dengan baik, hanya saja ada beberapa bagian yang belum dilakukan dan perlu dimaksimalkan. Seperti sistem jemput bola yang hanya dilakukan di pasar saja. Penerapan strategi marketing yang maksimal merupakan salah satu upaya untuk menambah jumlah anggota dengan memunculkan rasa minat atau keinginan dalam benak masyarakat untuk menjadi anggota di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kotagajah.

Tidak hanya menerapkan 4P (Product, Price, Promotion, Place) sebagai strategi marketing, BMT Assyafiiyah BN juga menerapkan beberapa strategi marketing yang dilakukan oleh masing-masing marketing. Strategi marketing yang dilakukan meliputi bonus yang diberikan untuk anggota simpanan yang memiliki simpanan dengan jumlah besar, komunikasi yang baik karena cara kita berkomunikasi dengan masyarakat dapat memberikan penilaian tersendiri terhadap apa yang disampaikan oleh marketing. Apabila komunikasi lancar dan baik dapat membuat masyarakat tertarik untuk bergabung menjadi anggota BMT Assyafiiyah.

Selain itu, strategi lain yang digunakan yaitu dengan mengikuti event yang ada dengan menjadi sponsor atau ikut memberikan dana atau menyiapkan banner untuk event tersebut. Pada saat inilah pihak marketing memberikan brosur kepada masyarakat yang ada di event tersebut. Tidak

hanya dengan memberikan brosur, marketing juga melakukan pendekatan persuasif dengan melakukan pendekatan sebanyak tiga kali.

Dan untuk sistem door to door sendiri hanya dilakukan untuk anggota pembiayaan. Untuk sistem jemput bola hanya dilakukan oleh anggota simpanan yang berada di pasar dengan syarat minimal menabung sebesar Rp.50.000 hal ini dilakukan untuk memberikan kepada anggota yang berada di pasar, karena para anggota tidak memiliki banyak waktu untuk datang langsung ke kantor. Sedangkan untuk anggota simpanan yang datang ke kantor dengan minimal simpanan sebesar Rp.10.000.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah secara keseluruhan telah melaksanakan strategi marketing sesuai dengan indikator yang ada. Beberapa strategi marketing yang dilakukan yaitu menerapkan 4P (Product, Price, Promotion dan Place). Promosi yang dilakukan oleh BMT ini yaitu dengan media cetak berupa brosur, menjadi sponsor di setiap event-event yang diikuti, door to door (personal selling) khusus untuk produk pembiayaan, dan jemput bola untuk anggota simpanan yang berada di pasar. Dari 4P yang diterapkan oleh BMT ini ada beberapa hambatan yang terjadi seperti Promotion (promosi). Dan untuk promotion (promosi) BMT Assyafiiyah sudah melakukan dengan sebaik mungkin hanya saja ada beberapa strategi yang kurang seperti jemput bola hanya dilakukan kepada anggota simpanan yang berada di pasar. Strategi jemput bola merupakan strategi dimana kita sebagai penyedia jasa atau penjual produk melakukan secara aktif kegiatan pemasaran dengan menghubungi calon anggota satu per satu. Hal yang sangat penting ketika sedang melakukan marketing di lapangan yaitu dengan menggunakan atribut lengkap BMT Assyafiiyah sebagai tanda pengenal dan dapat dipercaya kebenarannya terkait informasi yang disampaikan oleh marketing.

Selain itu khusus produk simpanan yang berada di pasar, marketing memberikan kemudahan dengan cara jemput bola para anggota simpanan ke pasar tersebut sehingga anggota simpanan tidak harus datang ke kantor. Strategi marketing yang paling efektif untuk menarik para anggota yaitu dengan memberikan layanan yang maksimal dan komunikasi yang baik kepada anggota, dengan demikian secara tidak langsung anggota akan tertarik untuk melakukan transaksi serta dapat menyebarkan informasi ke khalayak ramai bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.

B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan yang mungkin bermanfaat bagi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah harus meningkatkan lagi strategi marketing yang dilakukan agar jumlah anggota meningkat dari tahun ke tahun. Dengan cara memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook, twitter, dll. Dengan itu para marketing lebih mudah untuk melakukan promosi dengan jangkauan luas. Selain itu juga bisa dengan menggunakan media banner atau spanduk promosi yang di pasang di pinggir jalan. Dalam menjalankan strategi marketing BMT Assyafiiyah juga harus sesuai dengan visi dan misi BMT ini agar para anggota merasa puas dengan apa yang diberikan oleh BMT Assyafiiyah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin Zaenal. 2021. *“Akad Mudharabah (Penyaluran Dana dengan Prinsip Bagi Hasil)*. Indramayu: CV. Adani Abimata.
- Dewi, Novita Masyithoh.. 2014 *“Analisis Normatif Undang-Undang NO. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) Atas Status Badan Hukum Dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT).”* Vol. 5. Edisi 2.
- Divisi keuangan Mikro Syariah, dkk. 2019. *“Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia”*. Jakarta: Komite Nasional keuangan Syariah (KNKS).
- Divisi keuangan Mikro Syariah, dkk. 2019. *“Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah Di Indonesia”*. Jakarta: Komite Nasional keuangan Syariah (KNKS).
- Erlangga, Heri, dkk. 2022. *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Gusmansyah, Wery. 2020. *Hukum Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.
- Haryanto, Rudy. 2021. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*, Bangkes: Duta Media Publishing.
- Hendrayani Eka, Wahyunita Sijinjak, dkk. 2020. *“Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)”*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Indi Irnawati. *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah”*. Jurnal Ekonomi. Universitas Negeri Makasar.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kolistiawan, Budi. 2017 *“Tantangan Lembaga keuangan Syariah dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN”*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.
- M. Dayat. 2019. *“Strategi Pemasaran dan Optimalisasi Bauran Pemasaran dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan”*. Jurnal Mu'allim. Volume 1. Nomor 2.
- Mardani. 2017. *Aspek Hukum dan Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Edisi Revisi Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2004

- Nur M. Rianto Al Arif. 2012 *“Lembaga keuangan Syariah”*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purwanto, Bambang, Iing Lukman. *“Pentingnya Menabung bagi Generasi Muda”*. Jurnal Bakti Masyarakat Manajemen. Universitas Malahayati.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *“Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen”*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Rusmala Dewi, Liana. 2018. Skripsi *Strategi Market Share Dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syariah*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Siswadi. 2015 *“Lembaga Keuangan Syariah Non Bank BMT (Baitul Mal Wat Tamwil) Tawaran Bebas Aqad yang Dilarang dalam Syariat Islam”*. Jurnal Ummul Quran. Volume 4. Nomor 2.
- Sri Susilo, Y, dkk. 2000. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri Wahyuni, Reza. 2020. Skripsi *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarsasi, Nanang Rudi Hartono. 2020. *“Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar”*. Jurnal Translitera. Volume 9. Nomor 1.
- Tanjung, Muslim dan Arina Novizas. 2018. *“Eksistensi Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Dalam Perekonomian Islam”* Vol. 3. No. 1. 2018.
- Tarjo. 2019. *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahyu Darmawan, Ahmad. 2019. Skripsi *Analisis Strategi Marketing Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menarik Minat Masyarakat*. Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Yulia, Putri, dkk. 2019. *“Strategi Meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas”*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Volume 16. Nomor 1.

LAMPIRAN-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-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 03 Oktober 2022

Kepada Yth,
Muhammad Ryan Fahlevi (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Elvia Damayanti
NPM : 1903021026
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Marketing Dalam Menarik Minat Masyarakat Menabung Di BMT Assyfiyah Berkah Nasional Kecamatan Pekalongan (Studi pada BMT Assyfiyah Berkah Nasional Kecamatan Pekalongan)

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
Kerjasama FEBI

Siti Zulaikha

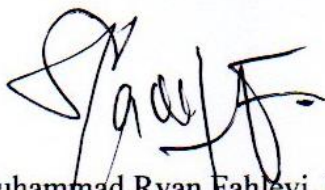
ALAT PENGUMPUL DATA

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

A. Wawancara

1. Pertanyaan Kepada Pimpinan Cabang BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kec. Kotagajah
 - a. Bagaimana Sejarah dan Perkembangan BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah?
 - b. Bagaimana Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah?
 - c. Apa Visi Misi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah?
 - d. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan BMT Assyafiiyah dalam meningkatkan minat masyarakat?
2. Pertanyaan kepada beberapa pegawai BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kec. Kotagajah.
 - a. Strategi marketing apa saja yang dilakukan dan bagaimana cara melakukan strategi marketing tersebut?
 - b. Berapa jumlah anggota BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah pada tahun 2019-2022?
 - c. Mengapa para anggota harus menabung di BMT Assyafiiyah ini?
3. Pertanyaan Anggota BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kec. Kotagajah.
 - a. Bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kotagajah sebelum dan sesudah Bapak/Ibu menjadi anggota MT Assyafiiyah tersebut??
 - b. Apa yang membuat Bapak/Ibu tertarik untuk menabung di BMT Assyafiiyah tersebut?

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 19920829201903007

Metro, Februari 2023
Penulis,



Elvia Damayanti
NPM. 1903021026

OUTLINE

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

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 Marketing
 1. Pengertian Strategi Marketing
 2. Tujuan Strategi Marketing
 3. Langkah-langkah Strategi Marketing
- B. Minat Menabung
 1. Pengertian Minat dan Menabung
 2. Manfaat Menabung
- C. Lembaga Keuangan Syariah (LKS)
 1. Pengertian Lembaga Keuangan Syariah
 2. Fungsi dan Peran Lembaga Keuangan Syariah
 3. Ciri dan Prinsip Lembaga Keuangan Syariah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 1. Sumber Data Primer
 2. Sumber Data Sekunder

- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara
 - 2. Dokumentasi
- D. Teknik Keabsahan Data
- E. Teknik Analisis Data
 - 1. Reduksi Data
 - 2. Penyajian Data
 - 3. Penarikan Kesimpulan

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Objek penelitian
 - 1. Sejarah BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah
 - 2. Visi dan Misi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional
 - 3. Struktur Organisasi BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah
- B. Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Masyarakat Menabung di BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah
- C. Analisis Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

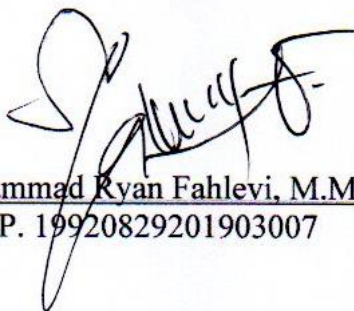
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Dosen Pembimbing



Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 19920829201903007

Metro, Februari 2023
Penulis,



Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



**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-4036/In.28/J/TL.01/11/2022
Lampiran :-
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,
Pimpinan Cabang BMT Assyfiyah
Berkah Nasional Kec. Kotagajah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **ELVIA DAMAYANTI**
NPM : 1903021026
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT
MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYFIIYAH BERKAH
NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH

untuk melakukan prasurvey di BMT Assyfiyah Berkah Nasional Kec. Kotagajah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

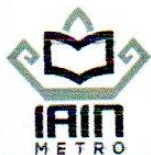
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 November 2022

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



**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.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0788/In.28/D.1/TL.01/03/2023

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

Nama : **ELVIA DAMAYANTI**
NPM : 1903021026
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH".
 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 2023



Mengetahui,
Pejabat Setempat

Atmaja
Musbiqhin

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**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-0787/In.28/D.1/TL.00/03/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0788/In.28/D.1/TL.01/03/2023, tanggal 24 Maret 2023 atas nama saudara:

Nama : **ELVIA DAMAYANTI**
NPM : 1903021026
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BMT ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT MENABUNG DI BMT ASSYAFIIYAH BERKAH NASIONAL KECAMATAN KOTAGAJAH".

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 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL

KOPERASI SIMPAN PINJAM DAN PEMBIAYAAN SYARI'AH

BADAN HUKUM :
28/BH/KDK.7.2/III/1999

KANTOR PUSAT :
Jl. Jend Sudirman No. 09
Kotagajah Timur
Kec. Kotagajah
Lampung Tengah
Telp. (0725) 5100 189
Fax (0725) 5100 199
Email :
mt_assyafiyah@yahoo.co.id

Nomor : 102/BMT-ASSY/IV/2023
Lampiran : -
Perihal : Izin Research

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro Lampung
Di
Tempat

KANTOR CABANG :

KOTAGAJAH
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 SRIAWONO
DAYA MURNI
SUMBER AGUNG
SUKA JAYA
PUGUNG RAHARJO
RUMBIA
TANJUNG JAYA
METRO
PRINGSEWU
MARGO MULYO
PENAWARAJI
BAMYUMAS
TANJUNG RAYA
PEKALONGAN
SEKAMPUNG
TUGU MULYO
MERAK
MUARA INTAN
GISTING
TANJUNG BINTANG
KARANG ANYAR
PULUNG KENCANA
NYUKANG HARJO
MERAPI
MANDALA
SIMPANG AGUNG
MAKARTITAMA
RAWA JITU
SIDOMULYO

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berdasarkan surat nomor :B-0787/ln.28/D.1/TL.00/03/2023 tanggal 24 Maret 2023 perihal Izin Research pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kotagajah, dengan ini memberikan izin kepada :

Nama : Elvia Damayanti

NPM : 1903021026

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kecamatan Kotagajah.

Untuk melakukan Research di BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Kotagajah Lampung Tengah.

Demikian surat ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Kotagajah, 12 April 2023

Sekretaris,

H.SUGIYONO



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

NPP: 1807062F0000001

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-457/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

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

Nama : ELVIA DAMAYANTI
NPM : 1903021026
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903021026

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, 26 Mei 2023
Kepala Perpustakaan



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






KEMENTRIAN 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
epon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI


NAMA : ELVIA DAMAYANTI
NPM : 1903021026

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
Semester/TA : VII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	23/12/2022.	<p>Bab I :</p> <ul style="list-style-type: none">- Latar belakang Masalah (CBM)- Perkuat alasan mengapa terjadinya permasalahan di BRAT terkait Strategi Pemasaran- Tambahkan data pendukung sesuai dengan catatan- Perbaiki penulisan referensi, menggunakan jurnal nasional.- Perbaiki manfaat penulisan secara teoris.	  

Dosen Pembimbing

Mahasiswa


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026





KEMENTRIAN 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
epon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI


NAMA : ELVIA DAMAYANTI
NPM : 1903021026

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
Semester/TA : VII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 3/1/22	<ul style="list-style-type: none">- Penentuan Informan dari Nasabah / Masyarakat- Informasi Cara marketing yang dilakukan oleh BMT, sehingga membuat Calon nasabah tertarik menabung; dijelaskan dalam LBM, serta kekurangan/Kelemahan strategi BMT tersebut.	 

Dosen Pembimbing

Mahasiswa


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



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
epon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI PROPOSAL SKRIPSI

NAMA : ELVIA DAMAYANTI

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903021026

Semester/TA : VII/2022

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	5/1/23	- Validasi Bnb 1 s/d III.	
		- ACC Bnb 1 s/d III.	
		- Persepsi dan sumber. (lengkap administrasi).	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Elvia Damayanti

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903021026

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	13/03 /2023	Acc Apd	
2	13/03 2023	Acc Outline	

Dosen Pembimbing,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



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

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 : Elvia Damayanti Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS
NPM : 1903021026 Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 10/2023 05	Sebutkan struktur organisasi cabang Kopa, Sebutkan produknya dan apa yang unggul	
2.	Rabu, 10/2023 05	Syarat Kreditnya apa saja tambah teori penggerak, Pengiklanan Melalui apa, Brosur ke siapa	

Dosen Pembimbing,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



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

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 : Elvia Damayanti

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903021026


Semester/TA : VIII (Delapan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	22/05/23	<ul style="list-style-type: none">- Ace bab IV dipahami dan dipelajari lagi untuk analisis masalahnya.- Revisi Bab V sesuai Catatan- munculkan hambatan GP dan berikan solusi- Saran dilengkapi lagi.	 

Dosen Pembimbing,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Elvia Damayanti
NPM. 1903021026



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

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 : Elvia Damayanti

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903021026

Semester/TA : VIII/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	25/05 /2023	- Babdas Bab I/dm Pemahaman Isi LBM	
		- Babdas Bab IV/dl 5	
		- pelajari lagi analisis permasalahan Bab III sebelum Managosyah.	
		- ACC Bab III, IV Siapkan berkas Administrasi Managosyah. + turnitin.	

Dosen Pembimbing,

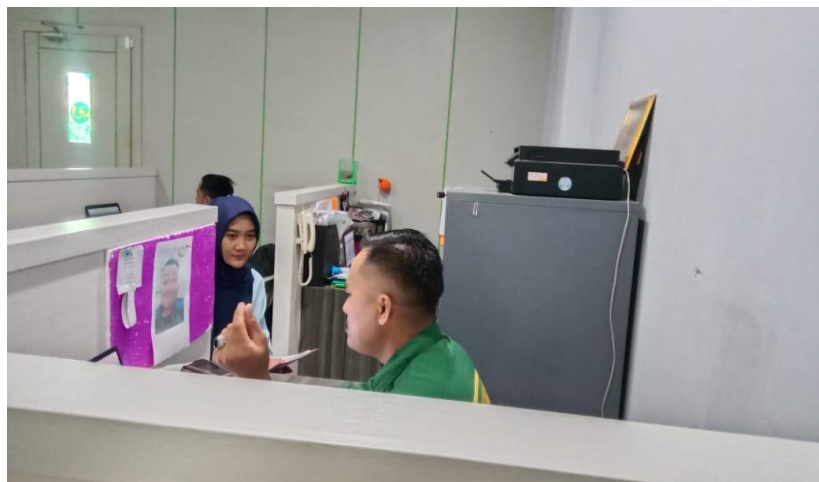
Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,

Elvia Damayanti
NPM. 1903021026

DOKUMENTASI







Mukadimah

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) BMT Assyaqiyah Berkah Nasional dengan badan hukum No. 20/09/2007/21/III/1998 merupakan salah satu KSPPS Premier Nasional yang berkedudukan pusat di Lampung dan berlandaskan Jember Sudirman No. 09 Kotagedug Timur kec. Kotagedug Kab. Lampung Tengah.

KSPPS BMT Assyaqiyah Berkah Nasional sebagai lembaga keuangan mikro syariah memiliki fungsi sebagai Baitul Tamwil dan Baitul Maad. Sebagai Baitul Tamwil bergerak mengembangkan usaha-usaha produktif dan inovatif untuk meningkatkan kualitas usaha mikro dan kecil anggota dengan mendorong kegiatan menyipman dan menabung serta pembiayaan syariah.

Sebagai Baitul Maad, bergerak pada kegiatan-kegiatan penyediaan barang-barang prioritas kebutuhan sebagai pengembalian amanah dalam mengimpon dan menyipkan dana zakat, infak, shadaqah dan wakaf.

Nini KSPPS BMT Assyaqiyah Berkah Nasional memiliki 09 Kantor cabang dan Baitul Maad yang tersebar di Pulau Sumatera dan Jawa.

MENJADI KOPERASI BESAR, MODERN, DAN BERKUALITAS

Produk Simpanan

Cerita Prima
Cerita Utama
Cerita Utama
Cerita Utama
Cerita Utama

Cerita Emas
Cerita Utama
Cerita Utama
Cerita Utama
Cerita Utama

Cerita Berkah
Simpanan berjaka syariah menggunakan akad Mudharabah

Jumlah Waktu	Min	Max
1 Bulan	20%	3%
3 Bulan	24%	3%
6 Bulan	27%	3%

Cerita Digital
Cik-Saku Simpanan
Transfer Antar Rekening BMT
Premi Premi
Pulsa Lunas PLN
Pulsa 50
Rekening BPJS Kesehatan
Transfer Bank
E-Money

Produk Pembiayaan

Pembiayaan Mudharabah (bagi hasil)
- Mudah Ceria
- Sama Ceria

Pembiayaan Murabahah (jual beli)
- Mudah Ceria

Pembiayaan Jasa
- Mudah Ceria
- Bebas Ceria

Pembiayaan Kebajikan
- Qard Ceria

PROSEDUR PENGANTARAN PEMBIAYAAN
Persyaratan Umum :
1. Anggota
2. Mengisi Blangko Pemohonan Pembiayaan
3. Memiliki usaha atau pekerjaan tetap
4. Menyajikan foto copy KTP/IDN/identitas lain
5. Bersedia disurvei
6. Jaminan/Agunan

Proses QR Code dengan ini akan mengikuti proses Ceria Digital dan proses pengajuan VA melalui Ceria Digital di Google Play Store.

CERIA DIGITAL

Informasi Rekening BMT
- Duk. Saldo Simpanan
- Mulus Rekening
- Mulus uang simpanan Pln, BMT Assyaqiyah
- Tagihan Pasca Bayar
- Pembayaran BPJS Kesehatan
- QR Payment

Download on the Google Play

Syarat & Ketentuan

Memiliki rekening di BMT Assyaqiyah
Memiliki Smart Phone Android
Mematuhi aturan yang berlaku

Panduan Umum

1. Datang atau Panggilan CS BMT Assyaqiyah BMT terdekat untuk mendapatkan nomor ponsel aktif.
2. Anda akan menerima SMS yang berisi Pin.
3. Download & install aplikasi Ceria Digital pada ponsel anda di Google Play Store.
4. Buka aplikasi Ceria Digital, pilih ikonkan aplikasi. Lakukan langkah-langkah yang ada di aplikasi tersebut.
5. Klik daftar syarat & ketentuan, sebelum isi syarat tersebut akan pilih daftar.
6. Masukkan nomor ponsel yang anda dapatkan di BMT untuk mendapatkan Token.
7. Masukkan Pin & Token yang sudah diberikan via SMS atau dari CS BMT Assyaqiyah BMT.
8. Buatlah Password dengan minimal 8 karakter, huruf atau angka.
9. Setor Pin anda dengan Pin baru yang berupa enam digit angka atau lebih tetapi ini.
10. Pilihlah rekening simpanan yang akan anda gunakan sebagai rekening utama.
11. Ceria Digital siap digunakan.

IHROM CERIA

Pembayaran Ceria Indah Umrah Assyaqiyah

Kantor Pusat :
Jln. Jenderal Sudirman No. 09
Kotagedug Timur, Kec. Kotagedug
Kab. Lampung Tengah

0725 5100 189

www.assyaqiyah.com

IHROM CERIA

Pembayaran Ihrom Ceria yaitu pembayaran untuk persiapan ibadah umrah anggota dengan menggunakan akad perniagaan hak guru atau barang dan jasa (akad ijarah), melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan penandatanganan kagasan di kas atau barang itu sendiri.

Manfaat & Keuntungan

- Berangkat umrah dahulu sebelum mempunyai uang tunai penuh.
- Biaya umrah lebih murah.
- Jangka waktu pembiayaan 36 bulan.
- Jadwal keberangkatan setiap bulan.
- Harga sudah termasuk asuransi perjalanan.
- We konyoni perantara grup umrah dengan harga khusus.
- Harga bisa berubah se waktu-waktu berdasarkan kurs dolar & penawaran Kerajaan Saudi Arabia.

Persyaratan

- Melayak anggota KSPPS BMT Assyaqiyah Berkah Nasional.
- Fotokopi KTP/IDN (KTR/SIM).
- Foto Foto ukuran 3x4 sebanyak 2 lembar.
- Pasporcopy Kartu Keluarga.
- Akad.

Marketing Kantor Cabang :
Nama :
No Hp :

Simpanan Ceria Pajak Kendaraan

BMT ASSYAFTIYAH BERKAH NASIONAL

Bayar pajak
Kendaraan Bermotor
Tahunan
Makin Mudah!



Kantor Pusat :
Jln. Jenderal Sudirman No. 09
Kotagajah Timur, Kec. Kotagajah
Kab. Lampung Tengah

0725 5100 189
www.bmtassyafiyahbn.com

SIMPANAN CERIA PAJAK KENDARAAN

Ceria Pajak Kendaraan yaitu produk Simpanan KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional, menggunakan akad Wadiah Yad Dhomanih, diperuntukan kepada anggota yang memiliki kewajiban melakukan pembayaran pajak kendaraan dan yang memiliki pembiayaan dengan jaminan kendaraan, dengan menyimpan Ceria Pajak Kendaraan, diharapkan anggota akan lebih mudah dan ringan dalam melaksanakan kewajiban pembayaran pajak kendaraan.

PERSYARATAN CERIA PAJAK KENDARAAN

- Foto Kopi Kartu Identitas (KTP/SIM).
- Sudah menjadi anggota KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional.

KETENTUAN SIMPANAN CERIA PAJAK KENDARAAN

- Nilai simpanan Ceria Pajak Kendaraan menyesuaikan dengan jenis kendaraan yang di miliki anggota.
- Ceria Pajak Kendaraan di wajibkan kepada anggota yang memiliki pembiayaan di KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional dengan agunan kendaraan bermotor.
- Setoran Simpanan Ceria Pajak Kendaraan menyesuaikan jenis kendaraan yang dimiliki anggota, selama 10 bulan berturut turut sebesar:
 - Rp. 50.000,- untuk Kendaraan Bermotor Roda Dua, dan
 - Rp. 300.000,- untuk Kendaraan Bermotor Roda Empat
- Bonus Simpanan Ceria Pajak Kendaraan di berikan untuk diskon nilai pajak.
- Pengambilan simpanan Ceria Pajak Kendaraan di peruntukan untuk kebutuhan pembayaran pajak kendaraan bermotor anggota.
- Untuk Ceria Pajak Kendaraan, apabila saldo simpanannya tidak mencukupi untuk pembayaran pajaknya, maka anggota wajib membayar kekurangannya.

KEUNTUNGAN CERIA PAJAK KENDARAAN

- Setoran Terjangkau.
- Bebas Riba.
- Memberikan kemudahan untuk melaksanakan kewajiban pembayaran pajak kendaraan.
- Bonus menarik.

Marketing Kantor Cabang :

Nama :

No Hp :

Simpanan Ceria Walimah

BMT ASSYAFTIYAH BERKAH NASIONAL

Rp. 250.000
Per Bulan

Kantor Pusat :
Jln. Jenderal Sudirman No. 09
Kotagajah Timur, Kec. Kotagajah
Kab. Lampung Tengah

0725 5100 189
www.bmtassyafiyahbn.com

SIMPANAN CERIA WALIMAH

Ceria Walimah yaitu produk Simpanan KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional, menggunakan akad Wadiah Yad Dhomanih, diperuntukan kepada anggota yang memiliki kewajiban melaksanakan biaya pernikahan, dengan menyimpan Ceria Walimah diharapkan anggota akan lebih mudah dan ringan dalam melaksanakan kewajiban pernikahan.

PERSYARATAN CERIA WALIMAH

- Foto Kopye Kartu Identitas (KTP/SIM).
- Sudah menjadi anggota KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional.

KETENTUAN SIMPANAN CERIA WALIMAH

- Nilai Ceria Walimah per paket sebesar Rp. 2.500.000,- (Dua Juta Lima Ratus Ribu Rupiah).
- Setoran Ceria Walimah per bulan Rp. 208.000,- (Dua Ratus Lima Puluh Delapan Ribu), selama 10 bulan berturut-turut, per paket sampai kepenuhannya.
- Penerima Ceria Walimah wajib menuliskan jumlah Ceria Walimah yang diambil oleh anggota.
- Bonus Ceria Walimah yang kurang, baik secara nilai ataupun secara persentasenya, maka Ceria Walimah SAMA secara keseluruhan.
- Setoran Ceria Walimah yang melebihi dari jumlah nominal Ceria Walimah yang ditabungkan, akan nilai kembalinya tidak dipotong/pengurangan.
- Penerima simpanan Ceria Walimah akan menerima bonus yang diberikan, maka Ceria Walimah tetaplah utuh.

KEUNTUNGAN CERIA WALIMAH

- Setoran Terjangkau.
- Bebas Riba.
- Memberikan kemudahan untuk pelaksanaan pernikahan.
- Bonus menarik.

Marketing Kantor Cabang :

Nama :

No Hp :

Simpanan Ceria Wisata

BMT ASSYAFTIYAH BERKAH NASIONAL

Rp. 150.000
Per Bulan

Kantor Pusat :
Jln. Jenderal Sudirman No. 09
Kotagajah Timur, Kec. Kotagajah
Kab. Lampung Tengah

0725 5100 189
www.bmtassyafiyahbn.com

SIMPANAN CERIA WISATA

Ceria Wisata yaitu produk Simpanan KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional, menggunakan akad Wadiah Yad Dhomanih, diperuntukan kepada anggota yang memiliki kewajiban melaksanakan biaya wisata, dengan menyimpan Ceria Wisata, diharapkan anggota akan lebih mudah dan ringan dalam melaksanakan kewajiban wisata.

PERSYARATAN CERIA WISATA

- Foto Kopye Kartu Identitas (KTP/SIM).
- Sudah menjadi anggota KSPPS BMT Assyafiyah Berkah Nasional.

KETENTUAN SIMPANAN CERIA WISATA

- Nilai Ceria Wisata per paket sebesar Rp. 1.500.000,- (Satu Juta Lima Ratus Ribu Rupiah).
- Setoran Ceria Wisata per bulan Rp. 150.000,- (Seratus Lima Ratus Ribu Rupiah), selama 10 bulan berturut-turut, per paket sampai kepenuhannya.
- Penerima Ceria Wisata wajib menuliskan jumlah Ceria Wisata yang diambil oleh anggota.
- Bonus Ceria Wisata yang kurang, baik secara nilai ataupun secara persentasenya, maka Ceria Wisata SAMA secara keseluruhan.
- Setoran Ceria Wisata yang melebihi dari jumlah nominal Ceria Wisata yang ditabungkan, akan nilai kembalinya tidak dipotong/pengurangan.
- Penerima simpanan Ceria Wisata akan menerima bonus yang diberikan, maka Ceria Wisata tetaplah utuh.

KEUNTUNGAN CERIA WISATA

- Setoran Terjangkau.
- Bebas Riba.
- Memberikan kemudahan untuk pelaksanaan wisata.
- Bonus menarik.

Marketing Kantor Cabang :

Nama :

No Hp :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Elvia Damayanti, lahir pada tanggal 12 Januari 2001 di Desa Sukaraja Nuban, Kecamatan Batanghari Nuban, Kabupaten Lampung Timur, Provinsi Lampung. Peneliti adalah anak tunggal dari Bapak Edwin Suryana dan Ibu Lalis Rohyati. Saat ini peneliti bertempat tinggal di RT/RW 003/002 Desa Sukaraja Nuban Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur Provinsi Lampung. Penulis menyelesaikan Pendidikan di TK Toriqul Huda pada tahun 2005-2006, lalu dilanjutkan ke SDN 2 Sukaraja Nuban pada tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 1 Raman Utara pada tahun 2012-2015, kemudian melanjutkan di SMA Negeri 1 Raman Utara dan selesai pada tahun 2015-2018. Pada tahun 2019, peneliti melanjutkan Pendidikan di IAIN Metro Lampung dengan masuk melalui jalur UM-PTKIN dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah (PBS) sampai dengan sekarang.

Pada tahun yang sama peneliti telah tercatat sebagai mahasiswa jurusan Perbankan Syariah (PBS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Menjadi mahasiswa jurusan Perbankan Syariah merupakan keinginan dari peneliti lalu memutuskan untuk melanjutkan ke IAIN Metro Lampung karena menjadi seorang Banker merupakan pekerjaan yang sangat diinginkan peneliti. Sebelumnya tidak pernah ada angan-angan dalam pikiran seakan-akan semua berjalan dengan lancar seperti air yang mengalir yang pada saat ini selalu positif bagi kehidupan baik dari segi pengetahuan maupun pengaplikasian ilmu terhadap masyarakat. Harapan peneliti dapat lulus pada tahun ini 2023 dan segera mewujudkan cita-cita dan membahagiakan orang-orang yang di sayang terutama membahagiakan kedua orang tua.