

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUNGAN SYARIAH
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT
(Studi Kasus BMT Assyaffiah Berkah Nasional KC. Purbolingo)**

TUGAS AKHIR



OLEH :

ELI SELAWATI

NPM 19650009

DIPLOMA III PERBANKAN DAN KEUANGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMADIYAH METRO

2022



**ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Guna Melengkapi Persyaratan Dalam Meraih Gelar Ahli Madya
(A.MD. M)**

OLEH :

ELI SELAWATI

NPM 19650009

DIPLOMA III PERBANKAN DAN KEUANGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

2022

ABSTRAK

Eli Selawati, 19650009 Analisis Strategi *Marketing* Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo), Tugas Akhir, Jurusan D-III Program Studi Perbankan Dan Keuangan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. Pembimbing (2) Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo untuk menarik minat masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Selain itu, BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo juga mengembangkan jaringan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan lingkungan pemasaran di sekitarnya. Strategi pemasaran dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada anggota juga dinilai cukup efektif karena secara tidak langsung anggota akan menyebarkan informasi dari (*word of mouth*) kepada masyarakat luas bahwa BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional sangat memuaskan dalam memberikan pelayanan. Secara keseluruhan BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo sudah melakukan semua indikator pemasaran awal dengan baik, hanya saja ada beberapa bagian yang belum dikerjakan dan perlu dimaksimalkan. Misalnya dalam melakukan segmentasi BMT Assyafii'iyah Berkah Nasional, KC Purbolinggo masih menargetkan masyarakat umum, namun tidak merinci segmen masyarakat yang akan dibidik. Selain itu juga memiliki kendala dalam pemasaran produk yaitu rendahnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk yang ada dan persaingan dengan bank konvensional. Sehingga harus menciptakan inovasi-inovasi baru yang berbeda dengan kompetitor, baik dari segi produk, pelayanan, harga maupun Sumber Daya Manusia.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Lembaga Keuangan Syariah, Minat

ABSTRACT

Eli Selawati, 19650009 Analysis of the Marketing Strategy of Islamic Financial Institutions in Attracting Public Interest (Case Study of BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo), Final Project, Department of D-III Banking and Finance Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro, Supervisor (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Supervisor (2) Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I.

The purpose of this study was to determine the marketing strategy used by BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo to attract public interest. The research method used in this study is a qualitative method using interview and documentation techniques. The data used in this research are primary and secondary data. In addition, BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo also develops networks by understanding customer needs and the surrounding marketing environment. The marketing strategy by providing maximum service to members is also considered quite effective because members will indirectly disseminate information from (word of mouth) to the general public that BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional is very satisfying in providing services. Overall BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo has done all the initial marketing indicators well, it's just that there are some parts that are not done and need to be maximized. For example, in segmenting BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional, KC Purbolinggo still targets the general public, but does not specify the segment of society that will be targeted. In addition, it also has obstacles in marketing products, namely the low level of public knowledge about existing products and competition with conventional banks. So it must create new innovations that are different from competitors, both in terms of products, services, prices and human resources.

Key words : *Marketing Strategy, Islamic Financial Institutions, Interests*

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

TUGAS AKHIR

ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo)

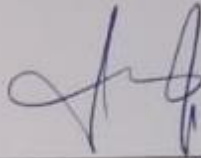
ELI SELAWATI

NPM 19650009

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Pada

Hari : Jum'at
Tanggal : 08 April 2022
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro
Tim Penguji :

Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901



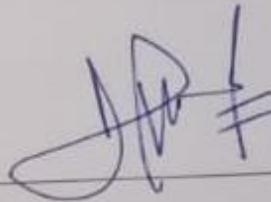
Ketua Penguji

Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I
NIDN. 021807902



Sekretaris

H. Suwanto, S.E., M.M
NIDN. 0210036801



Penguji Utama

Mengetahui,



H. Suwanto, S.E., M.M
NIDN. 0210036801

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

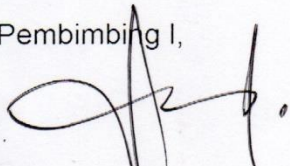
ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolingo)

ELI SELAWATI

NPM 19650009

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN : 0223027901

Pembimbing II,

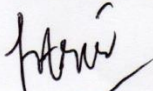


Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I.
NIDN : 021807902

Mengetahui,

Ketua Program Studi

D-III Perbankan Dan Keuangan



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN : 0206068604

MOTTO

“Sebuah Mimpi Tidak Akan Terwujud Begitu Saja, Ia Akan Membutuhkan Kerja Keras, Keringat, Dan Determinasi Diri”.

(RAFFI AHMAD)

“Keberhasilan Bukanlah Punya Seseorang Yang Pintar, Tetapi Milik Ia Yang Selalu Berusaha”.

(ALM. BJ HABIBIE)

“Selalu Bermimpi Dan Berusaha Fokus Pada Masa Depan Jadikan Masa Lalu Sebagai Pembelajaran”

(PENULIS)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur atas nikmat dan ridho yang telah Allah SWT berikan, akhirnya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga sampai sekarang iman dan islam masih terasa. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tuaku Ibu Sudarmi dan ayah Miswanto, terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan doa yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini untuk kalian. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karena aku sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih.
2. Adik saya Evan Vadrana, Terimakasih atas semua do'a, semangat, dukungan, perhatian, motivasi, serta cinta dan sayang yang tak terhingga selama ini.
3. Sahabatku Dewi Andini, Terimakasih atas doa dan dukungan yang kamu berikan.
4. Kepada teman seperjuangan ku Sari Nur Oktaviani, Dewi Setiawati, dan Mei Handayani, Terimakasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini. Terimakasih telah menyediakan pundak untuk menangis dan memberi bantuan saat aku membutuhkannya.
5. Kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan serta masukan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Almaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur semoga selalu terlimpahkan kepada Allah SWT yang telah memberikan banyak sekali nikmat, baik nikmat sehat, nikmat rizeki dan lain sebagainya. Sehingga pada kesempatan kali ini saya dapat menyelesaikan sebuah tugas akhir sebagai syarat dalam menyelesaikan program Diploma 3 (D-III) yang berjudul “**Analisis Strategi Marketing Lembaga Keuangan Syariah Dalam Menarik Minat Masyarakat (Studi Kasus BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo)**”. Saya sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyusun tugas akhir ini, terutama kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. Dr. Suwanto, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
3. Fitriani, S.E., M.M,, selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
4. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan pengarahan, saran serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
5. Slamet Tedy Siswoyo, S.E., M.E.I sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan, saran serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Karyawan dan karyawan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan tugas akhir ini.

Metro, 22 Maret 2022

Eli Selawati
NPM 19650009

LEMBAR PERYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Eli Selawati
NPM : 19650009
Prodi : D3 Perbankan dan Keuangan
Judul TA : ANALISIS STRATEGI *MARKETING* LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT (STUDI KASUS BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC. PURBOLINGGO).

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir (TA) yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau terdapat bukti bahwa sebagian atau keseluruhan tugas akhir ini hasil karya orang lain. Saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Muhammadiyah Metro atas perbuatan tersebut

Dengan lembar pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.



Eli Selawati
NPM 19650009



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2496/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : ELI SELAWATI
NPM : 19650009
Jenis Dokumen : TUGAS AKHIR

JUDUL:

ANALISIS STRATEGI MARKETING LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA BMT ASSYAFI'YAH BERKAH NASIONAL KC PURBOLINGGO)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 25 April 2022

Kepala Unit,

Dr. Amr Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR	x
LEMBAR PERNYATAAN.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah	3
C. Tujuan penelitian	3
D. Manfaat penelitian	3
E. Sistematika penelitian.....	3
BAB II KAJIAN LITERATUR.....	5
A. Pemasaran (<i>Marketing</i>)	5
1. Definisi pemasaran (marketing)	5
2. Tujuan pemasaran.....	5
3. Konsep pemasaran.....	6
B. Strategi.....	7
C. Strategi Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	9
1. Definisi Strategi pemasaran (<i>Marketing</i>)	9
2. Prinsip Strategi pemasaran (<i>Marketing</i>).....	9
D. Lembaga Keuangan Syariah (LKS)	10
1. Definisi Lembaga Keuangan Syariah (LKS)	10
2. Fungsi dan Peran Lembaga Keuangan Syariah (LKS).....	11
3. Macam-Macam Lembaga Keuangan Syariah (LKS)	12
E. Minat	14
1. Definisi Minat	14
2. Macam-Macam Minat	14
3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi timbulnya minat	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Jenis penelitian.....	18
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	18
C. Sumber data.....	18
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Teknik Analisis Data	20
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	21
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	21
1. Sejarah BMT Assyafiyah Berkah Nasional KC Purbolinggo. 21	

2. Visi dan Misi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo	22
3. Nilai-nilai Budaya Kerja BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo.....	23
4. Struktur Organisasi BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo	23
5. Produk-produk BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo	25
B. Strategi Pemasaran Yang Digunakan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo Untuk Menarik Minat Masyarakat.....	27
C. Analisis Strategi Pemasaran Yang Digunakan BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC Purbolinggo Untuk Menarik Minat Masyarakat	32
BAB V PENUTUP	36
A. KESIMPULAN	36
B. SARAN.....	37
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

4.1 Jumlah Nasabah BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional KC. Purbolinggo Tahun 2019 2022.....	29
---	----

DAFTAR GAMBAR

4.1 Struktur Organisasi BMT Assyaffiyah Berkah Nasional KC Purbolinggo.....	22
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lokasi Penelitian
2. Foto-Foto Penelitian
3. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Tugas Akhir
4. Surat Keputusan Ujian Akhir
5. Surat Izin Penelitian
6. Surat Balasan Izin Penelitian Dari Bmt Assyafi'iyah Berkah Nasional Kc Purbolinggo
7. Rekap Nilai
8. Berita Acara Tugas Akhir
9. Lembar Konsultasi Tugas Akhir
10. Surat Keterangan Bebas Pustaka
11. Riwayat Hidup