

MILIK PERPUSTAKAAN
STAIN KEDIRI

KOLEKSI REFERENSI

TIDAK DI PINJAMKAN

**PERANAN STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING
DI BMT LANTASIR KEDIRI
DALAM MENINGKATKAN NASABAH**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (SEI)



Oleh :

LAILI ULFATUL HUSNA

9.313.107.11

**PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JURUSAN : SYARIAH**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) KEDIRI**

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANAN STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* DI BMT
LANTASIR KEDIRI DALAM MENINGKATKAN NASABAH**

Laili Ulfatul Husna
NIM. 931310711

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Muhammad Muhaimin, M.Ag
NIP. 1974041 200312 1 005

Pembimbing II



Siti Nurhayati, S.HI.M.Hum
NIP. 19800313 201101 2004

NOTA DINAS

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kediri, 4 September 2015

Kepada

Yth. Bapak Drs.Nur Chamid,MM

Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri

Di Jl.Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Memenuhi permintaan Bapak ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Laili Ulfatul Husna

NIM : 9313.107.11

Judul : Peranan Strategi *Relationship Marketing* di BMT Lantahir Kota Kediri dalam Meningkatkan Nasabah

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Demikian agar maklum dan atas kesediaanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Muhammad Muhaimin, M.Ag
NIP. 1974041 200312 1 005

Pembimbing II



Siti Nurhayati, S.HI.M.Hum
NIP. 19800313 201101 2004

HALAMAN PENGESAHAN

**PERANAN STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING* DI BMT
LANTASIR KEDIRI DALAM MENINGKATKAN NASABAH**

Laili Ulfatul Husna
NIM. 931310711

Telah diujikan didepan Sidang Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
(STAIN) Kediri pada tanggal 9 Oktober 2015.

Tim Penguji,

1. Penguji utama
H. Ahmad Syakur, LC. MEI
19760708 200604 1 004
2. Penguji I
Muhammad Muhaimin, M.Ag
NIP. 1974041 200312 1 005
3. Penguji II
Siti Nurhayati, S.HLM.Hum
NIP. 19800313 201101 2004

(.....)

(.....)

(.....)

Kediri, 9 Oktober 2015
Ketua STAIN Kediri



Des. Nur Chamid, MM
NIP. 196807141 997031002

MOTTO

"مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُسَاطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، وَأَنْ يُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ"

"barang siapa yang ingin diluaskan rizkinya dan dilambatkan ajalnya (panjang umur) hendaklah ia menyambung tali persaudaraannya".

(Diriwayatkan Oleh Bukhari).

Halaman Persembahan

Alhamdulillah...

Rasa syukur yang tiada batas kepada Mu Ilahi Robbi yang senantiasa memberikan nikmat serta kekuatan lahir dan batin.

Sholawat serta salam penulis haturkan kepadaMu jJunjunganku Baginda Rosulullah SAW yang senantiasa penulis harapkan syafaatNya kelak fi yaumul qiyamah...

skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Ayah tercinta (Alm. Nadir Romdon) dan Ibu tercinta (Isti Dhamatus Solah), yang begitu besar serta curahan kasih sayangnya dalam mendidik, membimbing, dan memberikan dukungan baik moril maupun materiil serta selalu mendoakan agar putrinya selalu mendapat kebahagiaan dan meraih kesuksesan sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan.. semoga Alloh selalu melimpahkan kebahagiaan kepada keduanya dan memberikan ampunan atas dosa-dosanya dan menjadikannya sebagai ahli surga..amin

Kakak-kakak tercinta, Dadik Yus Erwanto dan Laili Ivatul Inayah yang selalu memberi motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Semua keluarga besarku Ayah, Ibu Kakak dan semua family yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu terimakasih atas dukungannya.

Semua teman-temanku sebangku kuliah program studi Ekonomi Syariah periode 2011-2015 dan semuanya yang ada dimana saja terimakasih.

Almamater tercinta STAIN KEDIRI.

ABSTRAK

LAILI ULFATUL HUSNA, Dosen pembimbing MUHAMMAD MUHAIMIN, M.Ag dan SITI NURHAYATI, S.HI.M.Hum.: *Strategi Relationship Marketing di BMT Lantasis Pesantren Kota Kediri dalam Meningkatkan Nasabah*. Ekonomi Syariah, Syariah, STAIN Kediri 2015.

Kata kunci : Strategi, *Relationship Marketing*, Nasabah.

Relationship Marketing merupakan pengenalan setiap pelanggan secara lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah dengan mengelola suatu hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Serta menyediakan pendekatan yang akan membantu perusahaan untuk menciptakan hubungan dengan pelanggan dan perusahaan lain yang berkaitan dalam proses bisnis. BMT Lantasis Kediri sebagai lembaga yang bergerak dibidang jasa keuangan harus dapat memperhatikan keinginan dan kebutuhan nasabah yang pada akhirnya dapat menjadikan pelanggan tetap. Sehingga dalam hal ini BMT Lantasis Kediri perlu mengikuti perkembangan strategi pemasaran yang telah berkembang pesat tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi *relationship marketing* yang diterapkan di BMT Lantasis Kediri dan peranan strategi *relationship marketing* Kediri dalam meningkatkan nasabah BMT Lantasis Kediri.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif dengan subyek penelitian pimpinan BMT Lantasis Kediri, karyawan dan nasabah. Metode pengumpulan data terdiri dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Lantasis Kediri telah menerapkan strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan nasabahnya, ditunjukkan dan dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah dari 3 tahun terakhir. Bentuk nyata dari kegiatan *relationship marketing* adalah mengenal dan mendekati hubungan kepada nasabah yang ditunjukkan dengan cara adanya upaya promosi produk, dana sosial pembangunan masjid, sponsor kegiatan lomba, infaq dan sedekah, survei nasabah, pelayanan prima, pemberian souvenir, kupon dan adanya tawar-menawar (nego harga), serta mempererat tali silaturahmi kepada nasabah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penuli panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini mengungkapkan peran strategi relationship marketing di BMT Lantansir Kediri dalam meningkatkan nasabah.

Penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Muhammad Muhaimin M.Ag dan Ibu Siti Nurhayati, S.HI.M.Hum, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs.Abdullah Taufik, M.Hum selaku wali studi jurusan syariah yang telah mengarahkan pembuatan judul skripsi ini.
3. Ketua STAIN Kediri dan Ketua Jurusan Syariah STAIN Kediri beserta staf, atas segala kebijaksanaan, perhatian dan dorongan sehingga penulis selesai studi.
4. Segala pihak yang telah bersedia membantu dan memberi semangat dalam proses pembuatan skripsi ini.

Semoga semua bantuan dan bimbingan, do'a dan pengarahan yang diberikan kepada penulis dapat dinilai ibadah oleh Allah dan mendapatkan ridho-Nya. Harapan penulis semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan bagi kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang Ekonomi Islam. Namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu dengan senang hati penulis mengharapkan dan menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi menambah kesempurnaan tulisan ini.

Akhirnya penulis kembalikan seluruhnya kepada Allah swt, semoga Allah berkenan meridhoi usaha ini. Amin.

Kediri, 3 September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PESEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1	PENDAHULUAN
A.	Konteks Penelitian..... 1
B.	Fokus Penelitian..... 4
C.	Tujuan Penelitian..... 4
D.	Kegunaan Penelitian..... 4
E.	Telaah Pustaka..... 5
BAB II	LANDASAN TEORI
A.	Relationship Marketing
1.	Pengertian <i>Relationship Marketing</i> 7
2.	Tujuan <i>Relationship Marketing</i> 9
3.	Langkah Langkah <i>Relationship Marketing</i> 11

	4. Piranti <i>Relationship Marketing</i>	13
	5. Obyek Pemasaran Relasional: Model Pasar Enam (<i>Six Market Model</i>).....	19
	6. Kerangka kerja analisis pemasaran jasa: Pendekatan Dramaturgi (Metode Drama)	22
	B. <i>Relationship Marketing</i> dalam Perspektif Islam	24
	C. Peranan <i>Relationship Marketing</i> dalam Meningkatkan nasabah.....	25
BAB III	METODE PENELITIAN	
	1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28
	2. Kehadiran Penelitian.....	29
	3. Sumber Data	29
	4. Lokasi Penelitian	30
	5. Metode Pengumpulan Data.....	30
	6. Analisis Data.....	31
	7. Tahap-Tahap Penelitian	32
	8. Sistematika pembahasan.....	33
BAB IV	PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
	B. Paparan Data	44
	C. Temuan Penelitian.....	52

BAB V	PEMBAHASAN	
	A. Strategi <i>Relationship Marketing</i> di BMT Lantasir Kediri...	60
	B. Peranan Strategi <i>Relationship Marketing</i> BMT Lantasir Kediri dalam Meningkatkan Nasabah.....	65
BAB VI	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	69
	B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Langkah-langkah dalam <i>relationship marketing</i>	13
Gambar 2. Tiga Pilar <i>Relationship Marketing</i>	27
Gambar 3. Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> BMT Lantasir Kediri	38
Gambar 4. Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan BMT Lantasir Kediri....	45
Gambar 5. Jumlah produk yang terjual di BMT Lantasir Kediri.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian BMT Lantasir Kediri
- Lampiran 3. Surat Izin Penelitian STAIN Kediri
- Lampiran 4. Pedoman Wawancara
- Lampiran 5. Dokumentasi BMT Lantasir Kediri
- Lampiran 6. Daftar Konsultasi Skripsi