

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PEN
GGUNA PRODUK TABUNGAN DI MASA PANDEMI COVID-19
DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BMT UGT NUSANTARA CABANG PEMBANTU
KOTA KEDIRI)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Disusun Oleh:

SISKA AYU INDRIANI

NIM. 931415818

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PENGGUNA PRODUK TABUNGAN DI MASA
PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BMT UGT SIDOGIRI CABANG PEMBANTU
KOTA KEDIRI)**


Ditulis Oleh:

Siska Ayu Indriani


931415818

Disetujui Oleh:

Pembimbing I


Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI
NIP. 19841004 20232 1 2028

Pembimbing II


Akhmad Jazuli Afandi, Lc., M.Fil.I
NIP. 19850715 20190 3 1003

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PENGGUNA PRODUK TABUNGAN DI MASA
PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BMT UGT SIDOGIRI CABANG PEMBANTU
KOTA KEDIRI)

SISKA AYU INDRIANI

931415818

Telah diujikan di depan sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 18 Juni 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama
Dr. Yuliani, M.M
NIP. 19840710 20190 3 2009
2. Penguji I
Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI
NIP. 19841004 20232 1 2028
3. Penguji II
Akhmad Jazuli Afandi, Lc., M.Fil.I
NIP. 19850715 20190 3 1003

(.....)
↓
(.....)
↓
(.....)

Kediri,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



(.....)
Imam Annas Mubtadin, M.H.I
NIP. 19750101 199803 1 002

NOTA DINAS

Kediri, 19 Mei 2025

Lampiran :

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Assalamu'alaikum Wr,Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Siska Ayu Indriani

NIM : 931415818

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PENGGUNA
PRODUK TABUNGAN DI MASA PANDEMI COVID-19
DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH (STUDI KASUS
PADA BMT UGT NUSANTARA ABANG PEMBANTU KOTA
KEDIRI)

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

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah. Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak Kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb

Pembimbing I



Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI

NIP. 19841004 20232 1 2028

Pembimbing II



Akhmad Jazuli Afandi, Lc., M.Fil.I

NIP. 19850715 20190 3 1003

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.
(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penuh rasa syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang nantinya syafaatnya kita harapkan dihari akhir. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Katiman dan Ibu Marsini dan keluarga besar saya yang selalu memberikan semangat dan memberikan doa yang tak pernah terputus untuk kelancaran skripsi ini.
2. Kedua mertua saya Bapak Warsidi dan Ibu Kusnindar yang selalu memberikan semangat dan memberikan doa yang tak pernah terputus untuk kelancaran skripsi ini.
3. Suami saya Andri Kurniawan dan calon buah hati saya, selaku *support system* yang besar pengaruhnya untuk saya.
4. Lembaga BMT UGT NUSANTARA Cabang Pembantu Kota Kediri, serta Lembaga lainnya yang telah bersedia membantu menerima penelitian saya.
5. Teman-teman pendidik TK dan KB Muslimat NU Khadijah II Kapas, serta siapa saja yang membaca skripsi ini semoga dimudahkan dalam hal apapun.

Terimakasih banyak telah memberikan doa dan semangat.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SISKAYU INDRIANI

NIM : 931415818

Program Studi : PERBANKAN SYARIAH

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 01 September 2025

Yang membuat pernyataan



SISKAYU INDRIANI

NIM. 931415818

ABSTRAK

SISKA AYU INDRIANI, 2025. *Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pengguna Produk Tabungan Dimasa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus pada Bmt UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri)*, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri. Dosen Pembimbing (1) Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI dan Dosen Pembimbing (2) Akhmad Jazuli Afandi, LC., M.Fil.I.

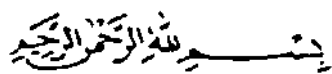
Kata kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Syariah, Nasabah, Tabungan

Strategi pemasaran adalah rencana terstruktur yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran. Rencana ini mencakup berbagai aspek seperti menentukan target pasar, menentukan posisi produk, dan mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) seperti produk, harga, promosi, dan tempat. Strategi pemasaran pada BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas merek, menarik pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan keuntungan bagi BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri. Ditengah masa pandemic covid 19 ini tentunya terdapat banyak pula kendala yang dialami oleh seluruh Perbankan Nasional bahkan di dunia. Tentunya mereka memiliki strategi pemasaran tersendiri untuk tetap meningkatkan produknya serta meningkatkan keuntungan. Dalam hal ini pula seluruh karyawan dituntut untuk tetap bekerja semaksimal mungkin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri telah mengambil langkah semaksimal mungkin untuk tetap mendapatkan loyalitas nasabah, dibuktikan selama masa pandemi covid 19 nasabah pengguna produk tabungannya mengalami kenaikan. Sementara strategi pemasaran yang digunakan sesuai dengan prosedur pemasaran Syariah.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pengguna Produk Tabungan Dimasa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus pada Bmt UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri)”

Shalawat dan salam semoga Allah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai pendidik agung dan rahmat bagi umat seluruh alam. Demikian juga atas seluruh keluarga, sahabat-sahabat, beserta para pengikutnya yang setia.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Yuliani, M.M selaku dosen penguji yang telah rela meluangkan waktu untuk menguji munaqosah.
4. Ibu Dr. Binti Mutafarida, SE, MEI. dan Bapak Akhmad Jazuli Afandi, LC., M.Fil.I selaku dosen pembimbing yang telah rela meluangkan waktu untuk membimbing peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan.

5. Bapak Umar Kholis selaku kepala BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Serta semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan apa yang penulis sajikan dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Kediri,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	12

D. Kegunaan Penelitian	12
E. Telaah Pustaka	14
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Strategi Pemasaran	17
1. Definisi Strategi	17
2. Definisi Pemasaran	18
3. Definisi Strategi Pemasaran	18
4. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran	19
5. Bauran Pemasaran.....	20
B. Konsep Pemasaran dalam Islam (Konsep Pemasaran Syariah)	21
1. Definisi Pemasaran Syariah	21
2. Tujuan Pemasaran Syariah.....	23
3. Karakteristik Pemasaran Syariah	24
4. Nilai-Nilai Pemasaran Syariah.....	26
C. Definisi Nasabah.....	27
D. Definisi Tabungan	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan	30
B. Kehadiran Peneliti	31
C. Lokasi Penelitian	31
D. Data dan Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Teknik Analisis Data.....	33

G. Pengecekan Keabsahan Data	34
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	36
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
1. Sejarah BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu	
Kota Kediri	36
2. Visi dan Misi BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu	
Kota Kediri	39
3. Lokasi Penelitian	40
4. Susunan Pengurus BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu	
Kota Kediri	40
5. Struktur Organisasi BMT UGT Nusantara Cabang	
Pembantu Kota Kediri.....	41
6. Produk-Produk BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu	
Kota Kediri	41
7. Fasilitas Layanan BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu	
Kota Kediri	52
B. Paparan Data.....	55
C. Temuan Penelitian.....	65
BAB V PEMBAHASAN	66
A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan BMT UGT Nusantara	
Cabang Pembantu Kota Kediri di Masa Pandemi Covid-19.....	66
B. Konsep Pemasaran Produk Tabungan BMT UGT Nusantara	
Cabang Pembantu Kota Kediri Ditinjau dari Pemasaran	
Syariah	71

BAB VI PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Strategi Pemasaran BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Kota Kediri.....	5
Tabel 1.2 Data Nasabah Pengguna Produk Tabungan BMT UGT Nusnatara Cabang Pembantu Kota Kediri Tahun 2019-2021.....	10
Tabel 1.3 Data Nasabah Pengguna Produk Tabungan KSPPS BMW Rahmah Jatim, Kediri	10
Tabel 1.4 Data Nasabah Pengguna Produk Tabungan Kopsyah Amanah An-Nur Tosaren Kediri	11

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMT UGT Sidogiri Cabang Pembantu Kediri.....	41
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	81
Lampiran 2 Dokumentasi.....	83
Lampiran 3 Daftar konsultasi Dospem 1	86
Lampiran 4 Daftar konsultasi Dospem 2	87
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	88
Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian BMT UGT Sidogiri Capem Kediri....	89
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	90