

**PERAN STRATEGI *MARKETING* HARGA DAN PROMOSI
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PRODUK
RAHN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di
KSPPS BMT PETA Kediri)**

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE)



Oleh :

Muhammad Reza Firdaus (931408118)

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

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN STRATEGI *MARKETING* HARGA DAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PRODUK *RAHN* PADA MASA
PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di KSPPS BMT PETA Kediri)**

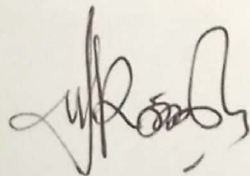
Ditulis Oleh :

MUHAMMAD REZA FIRDAUS

NIM. 9314.081.18

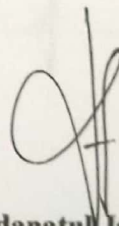
Disetujui oleh :

Pembimbing I,



(Rofik Efendi, S.Kom., MM)
NIP. 19690617 199803 1 002

Pembimbing II,



(Sidanatul Janah, MH)
NIP. 19930316 201903 2 010

HALAMAN PENGESAHAN

**PERAN STRATEGI *MARKETING* HARGA DAN PROMOSI DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA PRODUK *RAHN* PADA MASA
PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di KSPPS BMT PETA Kediri)**

MUHAMMAD REZA FIRDAUS

NIM. 9314.081.18

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri Pada 14 Juli 2022
Tim Penguji

1. Penguji Utama
Dr. H. Jamaludi A. Khalik, Lc, MA
NIP. 19750913 200801 1 014
2. Penguji I
Rofik Efendi, S.Kom, MM.
NIP. 19690617 199803 1 002
3. Penguji II
Sidanatul Janah, MH
NIP. 19930316 201903 2 010

(.....)
(.....)
(.....)

Kediri, 25 Juli 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Muslih, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

NOTA DINAS

Kediri, 30 Juni 2022

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Muhammad Reza Firdaus
NIM : 9.314.081.18
Judul : PERAN STRATEGI *MARKETING* HARGA DAN
PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA
PRODUK *RAHN* PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus
di KSPPS BMT PETA Kediri)

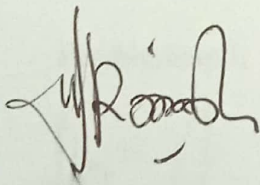
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan
ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-I)

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan
terima kasih.

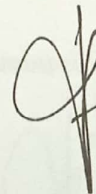
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



(Rofik Efendi, S.Kom., MM)
NIP. 19690617 199803 1 002

Pembimbing II,



(Sidanatul Janah, MH)
NIP. 19930316 201903 2 010

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 30 Juni 2022

Lampiran : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : Muhammad Reza Firdaus

NIM : 931408118

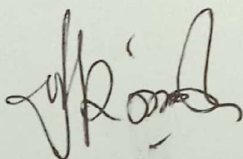
Judul : Peran Strategi *Marketing* Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Rahn Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di KSPPS BMT PETA Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 14 Juli 2022 kami berpendapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

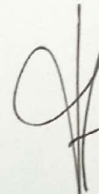
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



(Rofik Efendi, S.Kom., MM)
NIP. 19690617 199803 1 002

Pembimbing II,



(Sidanatul Janah, MH)
NIP. 19930316 201903 2 010

ABSTRAK

Muhammad Reza Firdaus, 931408118, Dosen Pembimbing I Rofik Efendi, S.Kom., MM dan Dosen Pembimbing II Sidanatul Janah, MH. Peran Strategi *Marketing* Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Rahn Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di KSPPS BMT PETA Kediri). Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Kediri 2022

Kata Kunci : Strategi *Marketing*, Harga, Promosi, *Rahn*, Pandemi Covid-19

Melakukan pemasaran produk-produk perbankan merupakan suatu kegiatan paling penting untuk meningkatkan *income* bagi lembaga tersebut. Semakin banyak jumlah nasabah maka akan semakin besar pula *income* yang akan didapatkan yang tentunya dapat mempengaruhi jumlah laba. Munculnya pandemi Covid-19 membuat segala perekonomian menurun, dengan menurunnya perekonomian masyarakat maka akan menurun pula kondisi perekonomian di Indonesia. Maka dari itu adanya pandemi Covid-19 perlu strategi yang dapat menghadapi situasi dan kondisi yang tidak terduga tersebut. Meskipun sedang terjadi pandemi Covid-19 KSPPS BMT PETA Kediri mengalami kenaikan jumlah anggota produk *Rahn*. Adanya kenaikan tersebut karena strategi dari *marketing* harga dan promosi yang diterapkan oleh KSPPS BMT PETA Kediri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dari *marketing* harga dan promosi yang dilakukan KSPPS BMT PETA Kediri dan untuk mengetahui peran strategi dari *marketing* harga dan promosi KSPPS BMT PETA Kediri dalam meningkatkan Jumlah Anggota *Rahn* Dimasa Pandemi Covid-19.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data penelitian ini ada 2 yakni, menggunakan data primer dan data Sekunder. Data penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara karyawan dan anggota KSPPS BMT PETA Kediri serta dari dokumen KSPPS BMT PETA Kediri. Teknik pengumpulan data dipenelitian ini yakni dengan tiga cara yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *marketing* harga yang digunakan KSPPS BMT PETA Kediri pada masa pandemi yakni dengan menetapkan harga biaya pemeliharaan 1,6% yang bisa di nego hingga 1,5% serta menyesuaikan kemampuan anggota atau calon anggota, kemudian pada promosi KSPPS BMT PETA Kediri melakukan berbagai macam promosi yang diantaranya mendatangi anggota yang potensial, publisitas, menyebarkan brosur, memasang spanduk, public relation, personal selling, serta promosi penjualan. peran strategi *marketing* harga dan promosi yang dilakukan mampu meningkatkan jumlah anggota rahn dimasa pandemi covid-19 sebanyak 116 orang pada tahun 2020 dan 136 orang pada tahun 2021 yang sebelumnya terdapat 106 orang pada tahun 2019 sebelum terjadi pandemi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufiq serta hidayah-nya kepada kita semua khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Strategi *Marketing* Harga Dan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk Rahn Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di KSPPS BMT PETA Kediri)”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri tauladan terbaik bagi umat manusia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mengalami kesulitan. Namun, dengan kesabaran, ketekunan, dan do’a akhinya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Ucapan terima kasih senantiasa penulis sampaikan kepada semua pihak yang turut memberikan bantuan kepada penulis, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM., selaku kepala rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Dr. Sulistyowati, MEI., selaku kaprodi perbankan syariah IAIN Kediri.
4. Bapak Rofik Efendi, S.Kom, MM. dan Ibu Sidanatul Janah, MH., selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Kedua orang tua saya, keluarga, saudara, serta teman-temanku semua yang telah memberikan do'a dan dukungan.
6. Ketua pimpinan dan seluruh karyawan serta anggota di KSPPS BMT PETA Kediri yang telah bersedia menyediakan waktu dan argumentasinya demi kelancaran menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Atas segala jasa, do'a, dan dukungannya selama ini, penulis tidak bisa memberikan balasan, hanya bisa memberikan do'a semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, hal ini karena terbatasnya kemampuan penulis. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis harapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan, agar nantinya skripsi ini dapat lebih bermanfaat sebagaimana mestinya. Aamiin.

Kediri, 30 Juni 2022

Penulis

Muhammad Reza Firdaus

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Telaah Pustaka.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Baitul Maal Wal Tamwil (BMT).....	16
1. Pengertian BMT	16
2. Fungsi BMT	19
3. Operasional BMT.....	20
4. Produk-Produk BMT.....	21
B. Marketing	28
1. Pengertian Marketing.....	28
2. Strategi Marketing.....	29
3. Bauran Pemasaran Harga	30
4. Bauran Pemasaran Promosi	31
C. Covid-19.....	32

1. Definisi Covid-19.....	32
2. Gejala Covid-19	33
BAB III METODELOGI PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Sumber Data	35
C. Kehadiran Peneliti	36
D. Lokasi Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data	38
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	39
H. Tahap-Tahap Penelitian.....	40
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	42
A. Profil KSPPS BMT PETA Kediri	42
1. Sejarah KSPPS BMT PETA Kediri	42
2. Profil KSPPS BMT PETA Kediri.....	43
3. Struktur Organisasi di KSPPS BMT PETA Kediri.....	45
4. Letak Lokasi KSPPS BMT PETA Kediri	49
5. Produk KSPPS BMT Peta Kediri.....	50
B. Paparan Data.....	53
1. Strategi <i>Marketing</i> Harga dan Promosi yang Diterapkan Pada KSPPS BMT PETA KEDIRI.....	53
2. Peran Strategi <i>Marketing</i> Harga dan Promosi Pada KSPPS BMT PETA KEDIRI dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk <i>Rahn</i> Dimasa Pandemi Covid-19	59
C. Temuan Penelitian	63
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Strategi <i>Marketing</i> Harga dan Promosi yang Diterapkan Pada KSPPS BMT PETA KEDIRI	66
B. Peran Strategi <i>Marketing</i> Harga dan Promosi Pada KSPPS BMT PETA KEDIRI dalam Meningkatkan Jumlah Anggota Produk <i>Rahn</i> Dimasa Pandemi Covid-19.....	69

BAB VI PENUTUP	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data BMT Kab. Kediri.....	5
Tabel 1.2	Perbandingan antara KPSSP BMT PETA, BMT UGT Sidogiri dan BMT Beringharjo.....	6
Tabel 1.3	Jumlah anggota pembiayaan Rahn KSPPS BMT PETA Kediri.....	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Struktur Organisasi KSPPS BMT PETA Kediri.....	46
------------	--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian dari Kampus

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian dari Lembaga

Lampiran 3 : Dokumentasi Selama Penelitian

Lampiran 4 : Daftar Konsultasi Skripsi Pembimbing 1

Lampiran 5 : Daftar Konsultasi Skripsi Pembimbing 2

Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup