

ABSTRAK

Berbagai strategi dapat diaplikasikan dalam peningkatan penjualan dan menarik pembeli untuk membeli produk yang diiklankan oleh produsen. Salah satu metode yang banyak dipakai oleh perusahaan adalah strategi bauran pemasaran. Kegiatan pemasaran sebagian besar terfokus di produk, harga, lokasi atau penyebaran, dan promosi, yang dalam hal ini disebut sebagai bauran pemasaran atau *marketing mix*. PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik di Kantor Kas Sidayu walaupun memiliki kekurangan pada segi promosi tetap berhasil dengan penjualan yang meningkat, sehingga penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah terkait penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Simitra Mikro pada PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dan penerapan *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan Simitra Mikro pada PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik dalam perspektif *maqāṣid al-sharī'ah*.

Penelitian ini berupa penelitian bersifat kuasi-kualitatif merupakan penggunaan teori masih dimungkinkan sebagai alat penelitian sejak menemukan masalah, mengumpulkan data, hingga menganalisis data. Metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dengan narasumber, dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan yaitu dengan menggunakan strategi *marketing mix* 5P yang dilihat dari perspektif *maqāṣid al-sharī'ah* yaitu produk, harga, tempat, promosi dan partisipan. Begitu juga pada tingkatan *maqāṣid al-sharī'ah* menurut Ibnu Ashur yaitu *maṣlaḥah* dilihat dari segi dampaknya terhadap tegaknya umat. Dari sudut pandang ini, maslahat dipisahkan menjadi *al-darūriyāt*, *al-ḥajiyāt* dan *al-taḥsīniyāt*. *Maṣlaḥah* dilihat dari segi hubungannya dengan umat pada umumnya, kelompok atau individu. *Maṣlaḥah* ini dibedakan menjadi dua, yaitu *maṣlaḥah al-kulliyah*, dan *maṣlaḥah al-juz'īyyat*. *Maṣlaḥah* dilihat dari segi realisasi kebutuhan atau tercegahnya kerusakan dibagi menjadi tiga yaitu, *maṣlaḥah qaṭ'īyah*, *maṣlaḥah dzanniyah*, dan *maṣlaḥah waḥmīyah*.

Kata kunci : *Marketing Mix*, Tabungan Simitra Mikro, *Maqāṣid Al-Sharī'ah*

ABSTRACT

Many strategies can be used to increase sales and attract buyers to buy goods offered by manufacturers. One technique that is widely used by companies is the marketing mix procedure. Marketing activities are mostly centered on product, price, location or distribution, and promotion, which in this case is known as the marketing mix or marketing mix. PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik at the Sidayu Cash Office, even though it has deficiencies in terms of promotion, is still successful with increased sales, so this research was conducted to answer the formulation of the problem related to the application of the marketing mix in increasing the number of customers of the Simitra Mikro savings product at PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik and the implementation of the marketing mix in increasing the number of customers for the Simitra Mikro savings product at PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik in the perspective of *maqāṣid al-sharī'ah*.

This research is a quasi-qualitative research, where the use of theory is still possible as a research tool from finding problems, collecting data, to analyzing data. Methods of data collection by means of observation, interviews with informants, and documentation.

From the results of this study it can be concluded that the strategy carried out is by using the 5P marketing mix strategy seen from the perspective of *maqāṣid al-sharī'ah* namely product, price, place, promotion and participants. Likewise at the level of *maqāṣid al-sharī'ah* according to Ibn Ashur, namely *maṣlaḥah* in terms of its impact on the upholding of the ummah. From this point of view, *Maṣlaḥah* is separated into *al-darūriyāt*, *al-ḥajiyāt* and *al-taḥsīniyāt*. *Maṣlaḥah* is seen in terms of its relationship with the people in general, groups or individuals. *Maṣlaḥah* is divided into two, namely *maṣlaḥah al-kulliyah*, and *maṣlaḥah al-juz'iyah*. *Maṣlaḥah* in terms of realizing needs or preventing damage is divided into three namely, *maṣlaḥah qaṭ'iyah*, *maṣlaḥah dzanniyah*, and *maṣlaḥah wahmīyah*.

Keywords: Marketing Mix, Simitra Micro Savings, *Maqāṣid Al-Sharī'ah*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
MOTTO	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Kajian Pustaka.....	10
E. Sistematika Pembahasan	12

BAB II : LANDASAN TEORI	14
A. BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).....	14
B. Strategi	15
C. <i>Marketing Mix</i>	16
1. <i>Komponen Marekting Mix</i>	17
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Marketing Mix</i>	19
D. <i>Maqāṣid Al-Sharī’ah</i>	20
E. Tabungan dan Produk Tabungan Simitra Mikro.....	26
1. Tabungan	26
2. Produk Tabungan Simitra Mikro	27
BAB III : METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Sumber Data Penelitian.....	30
1. Sumber Primer	30
2. Sumber Sekunder	30
D. Metode Pengumpulan Data	31
1. Observasi	31
2. Wawancara	31
3. Dokumentasi	31
E. Metode Analisis Data	31
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Gambaran Umum PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik	33

1. Profil PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	33
2. Logo PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik	33
3. Sejarah PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	33
4. Visi dan Misi PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	35
5. Struktur PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	36
6. Produk – Produk PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	36
B. Penerapan Strategi <i>Marketing Mix</i> Yang Dilakukan Oleh PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik Pada Produk Tabungan Simitra Mikro Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	41
C. Penerapan strategi <i>markering mix</i> dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan simitra mikro prespektif <i>maqashid syariah</i> di PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik	51
BAB V : PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tabungan Simitra Mikro.....	6
Tabel 4.1 Data Penjualan Tabungan Simitra Mikro.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo BMS Gresik	33
Gambar 4.2 Struktur PT. BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Daftar Wawancara	70
Lampiran 2 Hasil Wawancara	72
Lampiran 3 Hasil Dokumentasi Wawancara.....	82