

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh munculnya pandemi Covid-19 yang mengakibatkan sulitnya lembaga keuangan untuk mendapatkan nasabah atau memasarkan produknya. Salah satu produk yang harus tetap dipasarkan ditengan pandemic yaitu produk simpanan pendidikan. Yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi strategi pemasaran syariah produk simpanan pendidikan dalam meningkatkan jumlah nasabah dimasa pandemic dan apakah strategi yang tersebut sudah efektif atau belum. Skripsi yang berjudul Analisis efektivitas Strategi Pemasaran Syariah Produk Simpanan Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Ki Slamet Jatim Di Masa Pandemi Covid-19 ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi yang diterapkan sudah berjalan dan efektif atau tidak.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Penelitian ini memfokuskan pada strategi tertentu dari berbagai situasi dan fenomena. Sumber data dari penelitian ini diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Kemudian data tersebut diolah dengan metode deskriptif analisis.

Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Ki Slamet Jatim menggunakan strategi produk, harga, distribusi dan promosi. Semua strategi tersebut memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah simpanan pendidikan. Dalam memasarkan produknya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT sudah sesuai dengan syariat islam yakni bisa disebut dengan strategi pemasaran syariah. BMT Ki Slamet Jatim juga telah memenuhi empat tolak ukur efektivitas pemasaran yang dilihat dari tingkat ketepatan sasaran, sosialisasi mengenai produk, tujuan program dan evaluasi kegiatan. Dengan melihat kesemua tolak ukur tersebutlah strategi pemasaran BMT Ki Slamet sudah dikatakan efektif

Kata Kunci : Covid-19, Strategi pemasaran, Efektivitas.

ABSTRACT

This research was motivated by the emergence of the Covid-19 pandemic which made it difficult for financial institutions to get customers or market their products. One of the products that must still be marketed in the midst of a pandemic is education savings products. The main problem in this research is how to implement the Islamic marketing strategy for educational savings products in increasing the number of customers during the pandemic and whether the strategy has been effective or not. The thesis, entitled Analisis efektivitas Strategi Pemasaran Syariah Produk Simpanan Pendidikan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Ki Slamet Jatim Di Masa Pandemi Covid-19, aims to determine whether the strategy implemented has been running and is effective or not.

This research is a qualitative research using a case study approach. This research focuses on certain strategies from various situations and phenomena. Sources of data from this study obtained from interviews and documentation. Then the data is processed by descriptive analysis method.

The results of this study are the marketing strategy used by BMT Ki Slamet Jatim using product, price, distribution and promotion strategies. All of these strategies have an important role in increasing the number of education savings customers. In marketing its products, the marketing strategy carried out by BMT is in accordance with Islamic law, which can be called a sharia marketing strategy. BMT Ki Slamet Jatim has also met four benchmarks of marketing effectiveness as seen from the level of targeting accuracy, product socialization, program objectives and activity evaluation. By looking at all these benchmarks, Ki Slamet's BMT marketing strategy has been said to be effective

Keywords: Covid-19, Marketing strategy, Effectiveness.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
MOTTO.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka	7

E. Sistematika Pembahasan	9
---------------------------------	---

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Efektivitas.....	12
1. Pengertian Efektivitas	12
B. Strategi	17
1. Pengertian Strategi	17
2. Tahapan Proses Strategi	18
3. Fungsi Strategi	20
C. Pemasaran	20
1. Pengertian Pemasaran	20
2. Bauran Pemasaran.....	23
D. Simpanan Pendidikan.....	28
1. Tabungan	28
E. Implementasi Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pendidikan Di BMT Ki Slamet Jatim Pada Masa Pandemi Covid-19	30
F. Konsep Pemasaran Dalam Islam.....	31

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian.....	36
C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Wawancara	37
E. Analisis Data	38

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

A. Gambaran Umum.....	40
1. Sejarah BMT Ki Slamet.....	40
2. Visi dan Misi.....	41
3. Struktur Organisasi	42
4. Produk-produk BMT Ki Slamet Jatim.....	44
B. Implementasi Strategi Pemasaran Syari'ah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Ki Slamet Jatim	47
1. Praktik Manajemen Pemasaran Produk	47
2. Perencanaan Strategis Pemasaran	48
3. Melakukan Kegiatan Sesuai Target Pasar.....	50
4. Strategi Produk.....	51
5. Strategi Harga	53
6. Strategi Distribusi	54
7. Strategi Promosi.....	55
C. Aktivitas Strategi Pemasaran Syari'ah Produksi Makanan Pendidikan Di BMT Ki Slamet Jatim	58
1. Aspek Tugas Dan Fungsi.....	58
2. Aspek Rencana Atau Program	60
3. Aspek Ketentuan Dan Peraturan.....	61
4. Tujuan Dan Kondisi Sosial	61
5. Tingkat Ketepatan Sasaran	62

6. Sosialisasi Mengenai Produk	63
7. Tujuan Program	64
8. Evaluasi Kegiatan	64

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	70

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	75
-----------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83
-----------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data sekunder jumlah nasabah BMT Ki Slamet Jatim tahun 2018-2022

Tabel 4.1 Data sekunder tabel jumlah simpanan dan hadiah undian

Tabel 4.2 Data sekunder Jumlah Nasabah dan Jumlah Saldo Simpanan Pendidikan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi BMT Ki Slamet Jatim

Gambar 4.1 Tampilan akun instagram BMT Ki Slamet Jatim