

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Pemasaran Syariah Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada BRI Syariah Tulungagung)” ini ditulis oleh Budiani Kusumaningrum, NIM 17401163506, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Bapak Ahmad Budiman, S.H.I, M.S.I .

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga cukup signifikan, tetapi pada kenyataannya banyak masyarakat yang belum mengetahui atau memahami tentang produk yang berada di bank syariah. Pemahaman tentang produk bank syariah, sangat menentukan kualitas dalam pendapatan dana bank yang berpengaruh terhadap laba bank syariah yang senantiasa menunjukkan kualitas terbaik dalam jangka waktunya. Untuk itu Bank Syariah dituntut untuk melakukan implementasi pemasaran syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja bentuk implementasi pemasaran syariah sebagai upaya peningkatan kepuasan nasabah. Dan juga untuk mengetahui macam-macam kendala atau hambatan yang biasa dihadapi oleh bank syariah dalam implementasi tersebut, lalu bagaimana lembaga bank syariah terutama pada BRI Syariah Tulungagung mengantisipasi dan menangani hambatan-hambatan yang terjadi tersebut agar lembaga bank syariah BRI Syariah Tulungagung mampu memberikan kinerja yang terbaik untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui implementasi pemasaran yang baik, sehingga dapat bersaing dengan bank syariah lainnya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang digunakan untuk memecahkan masalah dengan informasi yang didapat dari wawancara terhadap pimpinan, staf, serta nasabah BRI Syariah Tulungagung. Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan, Data dan sumber data dari data primer dan data sekunder, Teknik Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi dengan metode.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam melakukan implementasi pemasaran syariah sebagai upaya peningkatan kepuasan nasabah pada BRI Syariah Tulungagung terdapat adanya 4 strategi pemasaran syariah. Antara lain: Memberikan Strategi pelayanan yang berkualitas, Melakukan sosialisasi pemasaran-pemasaran produk melalui perusahaan maupun instansi-instansi untuk melakukan kerjasama, Melakukan gerebek pasar untuk menerapkan pemasaran produk – produk pembiayaan bagi usaha kecil, Melakukan cross selling dengan divisi lain dalam hal penyebaran brosur dan flyer.

Kata Kunci: Implementasi, Pemasaran Syariah, dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This thesis with the title "Implementation of Sharia Marketing as an Effort to Increase Customer Satisfaction (Case Study at BRI Syariah Tulungagung)" was written by Budiani Kusumaningrum, NIM 17401163506, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, Tulungagung State Islamic Institute, supervised by Mr. Ahmad Budiman, SHI, MSI.

This research is motivated by the development of Islamic banking in Indonesia which is also quite significant, but in fact, many people do not know or understand about the products that are in Islamic banks. An understanding of Islamic bank products, greatly determines the quality of bank fund income which affects the profit of Islamic banks which always shows the best quality in the period of time. For this reason, Islamic banks are required to implement sharia marketing.

The purpose of this study is to see what changes in the implementation of Islamic marketing as an effort to increase customer satisfaction. And also to see these things or the obstacles that are usually entered by Islamic banks in implementation, then how do Islamic banking institutions, especially BRI Syariah Tulungagung anticipate and prevent these obstacles so that the BRI Syariah Tulungagung Islamic bank institution is able to provide the best performance in order to increase customer satisfaction through good marketing implementation, so that it can compete with other Islamic banks.

The research method used a qualitative method with a descriptive approach used to solve problems with information obtained from interviews with leaders, staff, and customers of BRI Syariah Tulungagung. This type of research uses field research, data and data sources from primary data and secondary data, data collection techniques through observation, interviews, and documentation, data validity techniques using triangulation techniques with methods.

The results of this study indicate that in implementing Islamic marketing as an increase in customer satisfaction at BRI Syariah Tulungagung there are 4 sharia marketing strategies.

Among other things: Providing quality service strategies, disseminating product marketing through companies and agencies for cooperation, conducting market raids to implement marketing of financing products for small businesses, conducting cross selling with other divisions in terms of distribution and brochures pamphlet.

Keywords: Implementation, Sharia Marketing, and Customer Satisfaction