

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Dan Promosi Di BMT (Studi Kasus Di BMT Muamalah Tulungagung Dan KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)” yang ditulis oleh Ajeng Herwin Ayu Fadlilah, NIM. 12401173176, Program Studi Perbankan Syariah, dengan pembimbing Bapak Dr. Muhamad Aqim Adlan, M.E.I, NIP. 1974041620008011008.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan di bidang lembaga keuangan konvensional maupun syariah, sehingga BMT Muamalah dan KSPPS BMT Umat Tulungagung perlu melakukan pengembangan strategi terus menerus dalam hal bisnis dan pemasaran. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan memberikan kemudahan layanan dan pemahaman kepada nasabah dalam menggunakan jasa lembaga keuangan. Pemasaran dan pengenalan produk yang baik akan berdampak pada peningkatan jumlah nasabah.

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji strategi yang digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung, mengkaji strategi yang digunakan dalam promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung, mengkaji dampak kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung, mengkaji dampak promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah di BMT Muamalah Tulungagung dan KSPPS BMT Umat Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi dan semakin baik kualitas pelayanan yang diterapkan oleh kedua BMT tersebut maka semakin tinggi juga peningkatan jumlah nasabah. Pemberian pemahaman produk dan pelayanan yang dimiliki oleh BMT Muamalah Tulungagung maupun KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung memberikan dampak yang signifikan terhadap meningkatnya jumlah nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Promosi, Peningkatan Jumlah Nasabah

ABSTRACT

Thesis with the title "Strategy to Increase the Number of Customers Through Service Quality and Promotion at BMT (Case Study at BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung)" written by Ajeng Herwin Ayu Fadlilah, NIM. 12401173176, Sharia Banking Study Program, with supervisor Mr. Dr. Muhamad Aqim Adlan, M.E.I, NIP. 1974041620008011008.

This research is motivated by increasingly tight competition in the field of conventional and sharia financial institutions, so that BMT Muamalah and KSPPS BMT Umat Tulungagung need to continuously develop strategies in terms of business and marketing. This strategy can be carried out by providing easy service and understanding to customers in using financial institution services. Good marketing and product introduction will have an impact on increasing the number of customers.

The purpose of this research is to examine the strategies used in improving the quality of service for the increasing number of customers at BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Umat Tulungagung, to examine the strategies used in promotions for increasing the number of customers at BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Umat Tulungagung, to examine the impact of service quality on the increase in the number of customers at BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Umat Tulungagung, examining the impact of promotions on the increase in the number of customers at BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Umat Tulungagung. This research uses descriptive qualitative methods. Data collection techniques carried out by researchers include observation, interviews and documentation.

The research results show that the higher and better the quality of service implemented by the two BMTs, the higher the increase in the number of customers. Providing an understanding of the products and services owned by BMT Muamalah Tulungagung and KSPPS BMT Harapan Umat Tulungagung has had a significant impact on increasing the number of customers.

Keywords: Service Quality, Promotion, Increase in Number of Customers