

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Pemasaran Syariah Sebagai Upaya Peningkatan Kepuasan Anggota pada Baitul Maal wat Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung” ini ditulis oleh Adiska Nur Afandi, (1741143004), pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan dan semakin pesatnya pertumbuhan lembaga keuangan di Indonesia sebagaimana BMT, LKS dan lainnya yang bersifat mikro. Untuk dapat mempertahankan eksistensi lembaga, perlu adanya usaha untuk mempertahankan anggota dan salah satunya dengan menjamin kepuasan. Setiap lembaga keuangan pasti memiliki strategi yang berbeda dalam meningkatkan kepuasan anggotanya.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah 1) Bagaimana implementasi Marketing Syariah pada BMT Sinar Amanah Boyolangu dalam meningkatkan kepuasan anggota? 2) Apa hambatan dalam penerapan Marketing Syariah pada BMT Sinar Amanah Boyolangu dalam meningkatkan kepuasan anggota? 3) Bagaimana solusi yang dilakukan oleh BMT Sinar Amanah Boyolangu dalam menangani hambatan penerapan marketing syariah sebagai upaya peningkatan kepuasan anggota?.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam dan observasi. Penggalan data bersumber pada informan di BMT Sinar Amanah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) BMT Sinar Amanah dalam meningkatkan kepuasan anggota dengan cara menerapkan strategi a) strategi *relationship marketing*, b) strategi peningkatan kinerja perusahaan, c) strategi pelayanan berkualitas. 2) Kendala yang dialami BMT Sinar Amanah dalam menjalankan strategi yaitu a) kurangnya pengetahuan dari karyawan sebagai marketer syariah, b) pelayanan yang belum maksimal, c) pemahaman anggota dalam menerima penjelasan, d) komitmen anggota dalam melaksanakan kewajiban juga menjadi hambatan. 3) Solusi yang diterapkan dalam menghadapi kendala adalah a) mengikut sertakan karyawan dalam pelatihan pelatihan terkait peningkatan kinerja karyawan, b) melakukan pengukuran kepuasan dengan sistem keluhan dan saran, c) melayani dengan penuh empati, d) memberikan kemudahan pelayanan dengan sitem jemput bola.

**Kata kunci** : *marketing syariah*, Pemasaran, meningkatkan, kepuasan

## **ABSTRACT**

*Afandi, Adiska Nur (1741143004). 2018. "Implementation of Sharia Marketing as an Effort to Increase Members Satisfaction on Baitul Maal wat Tamwil Sinar Amanah Boyolangu Tulungagung. Thesis, Department of Sharia Banking. Advisor: Muhamad Aqim Adlan, M.E.I*

*This research was carried out based on tight competition and rapid growth of financial institutions in Indonesia as BMT, LKS and other micro financial institutions. In order to maintain the existence of such institutions, there is a need to maintain the members and one of them is to ensure the satisfaction of the members. Every financial institution must have different strategies in increasing the satisfaction of its members.*

*The research questions in this thesis research were 1) How are the implementation of Sharia Marketing on BMT Sinar Amanah Boyolangu in improving members' satisfactions? 2) What are the difficulties when employing Sharia Marketing to BMT Sinar Amanah Boyolangu in increasing members' satisfaction? 3) How are the solutions well-applied by BMT Sinar Amanah Boyolangu in handling the problems when applying sharia marketing as an effort to increase members satisfactions?*

*The technique used in this research was qualitative research by using in-depth interview data collection and observation. Some source of data were from some informants in BMT Sinar Amanah.*

*The results of the research showed that: 1) as an attempt to improve the members' satisfaction, BMT Sinar Amanah implemented some strategies, which were a) relationship marketing strategy, b) strategy to improve company performance, c) strategy of service quality. 2) The difficulties as experienced by BMT Sinar Amanah in executing the strategies were a) lack of knowledge from employees as sharia marketers, b) services that have not been maximized, c) understanding of members in receiving some explanation, d) Members commitment in implementing obligations. 3) The applied solutions in solving the problems were a) engaging employees in training which focuses on improving employee performance, b) measuring satisfaction by complaints and suggestion system, c) serving with empathy, and d) providing a good and easy service using a pick up system.*

**Keywords:** *Sharia marketing, marketing, improvement, satisfaction*