

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH TABUNGAN
SIMPANAN DENGAN AKAD WADIAH YADH DHOMANAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KSPPS
BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG DUKUN**

SKRIPSI

Oleh
NAKHWAH BAHIROTUL IMTIYYAZ
NIM: 08010422024



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surabaya, 15 Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,



Mohammad Dliyauf Muflih, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH TABUNGAN SIMPAAH DENGAN AKAD *WADIAH YADH DHOMANAH* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH ANGGOTA KSPPS BMT MANDIRI SEJAHTERA CABANG DUKUN

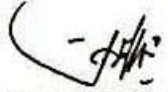
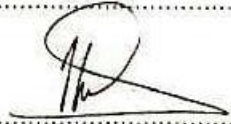
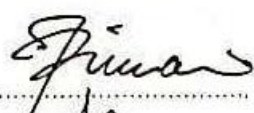
oleh
Nakhwah Bahirotul Imtiyaz
NIM: 08010422024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 Desember
2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Mohammad Dliyaul Muflihini, S.E.I., M.E
NIP. 199401052023211020
(Penguji 1)
2. Hj. Nurlailah, SE, MM.
NIP. 196205222000032001
(Penguji 2)
3. Fatikul Himami, M.El.
NIP. 198009232009121002
(Penguji 3)
4. Betty Silfia Ayu Utami, S.E., M.SE.
NIP. 98706102019032019
(Penguji 4)

Tanda Tangan:


.....

.....

.....

.....



Surabaya, 23 Desember 2025

Deputi Kepala, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nakhwah Bahirotul Imtiyaz
NIM : 08010422024
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : nakhwahimtiyaz@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Strategi Pemasaran Syariah Tabungan Simpaham dengan Akad Wadiah Yad Dhamanah
dalam Meningkatkan Jumlah Anggota KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 8 Januari 2026

Penulis

(Nakhwah bahirotul Imtiyaz)

PERNYATAAN

Saya Nakhwah Bahirotul Imtiyaz, 08010422024, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan dan penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis yang jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 16 Desember 2025



Nakhwah Bahirotul imtiyaz
NIM 08010422024

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran syariah yang diterapkan oleh KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun dalam meningkatkan jumlah anggota melalui produk Tabungan SIMPAHAM (Simpanan Haji Mabror) yang menggunakan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*. Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya BMT dalam menghadapi persaingan lembaga keuangan syariah dengan fokus pada implementasi nilai-nilai syariah dalam setiap aspek pemasaran. Strategi pemasaran yang efektif sangat krusial untuk menjaring dan mempertahankan loyalitas anggota.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun yaitu Manajer Cabang dan *Account Officer* (AO), serta observasi dan dokumentasi pada kegiatan pemasaran. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kerangka konseptual penelitian mengacu pada bauran pemasaran 7P dan STP yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah, serta kesesuaian produk dengan Akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran syariah pada produk SIMPAHAM dilakukan secara komprehensif melalui promosi digital, kerja sama dengan lembaga pendidikan dan keagamaan, serta peningkatan kualitas pelayanan berbasis nilai-nilai syariah. Aspek pelayanan dan integritas SDM menjadi keunggulan utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas anggota. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan SIMPAHAM dan berdampak pada pertumbuhan jumlah anggota setiap tahunnya.

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya pemahaman tentang praktik pemasaran syariah di lembaga keuangan mikro, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi melalui optimalisasi kolaborasi kelembagaan, edukasi akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*, dan perluasan promosi berbasis digital. Langkah tersebut diharapkan dapat memperkuat citra BMT sebagai lembaga yang amanah, profesional, dan berdaya saing di tengah perkembangan ekonomi syariah modern.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, SIMPAHAM, *Wadi'ah Yad Dhamanah*, BMT, Peningkatan Anggota.

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of Islamic marketing strategies by KSPPS BMT Mandiri Sejahtera, Dukun Branch, in increasing membership through the SIMPAHAM (Simpanan Haji Mabruur) savings product, which applies the *Wadi'ah Yad Dhamanah* contract. The importance of this research lies in the cooperative's effort to remain competitive among Islamic financial institutions by integrating sharia values into every aspect of marketing. Effective marketing strategies are essential to attract new members and maintain their loyalty.

The research employs a qualitative method with a case study approach. Data were collected through in-depth interviews with the Branch Manager and Account Officer (AO), as well as through observation and documentation of marketing activities. Data analysis was carried out using data reduction, data display, and conclusion drawing. The conceptual framework refers to the Islamic marketing mix (7P: Product, Price, Promotion, Place, People, Process, and Physical Evidence) and the STP model (Segmentation, Targeting, Positioning), both adjusted to Islamic marketing principles and the *Wadi'ah Yad Dhamanah* contract.

The findings reveal that Islamic marketing strategies for the SIMPAHAM product are implemented comprehensively through digital promotion, collaboration with educational and religious institutions, and improved service quality based on Islamic ethics. Service quality and staff integrity are the key strengths in building member trust and loyalty. These strategies have proven effective in increasing public interest and membership growth each year.

This study contributes to a better understanding of Islamic marketing practices in microfinance institutions and offers recommendations to enhance strategic effectiveness through institutional collaboration, education on the *Wadi'ah Yad Dhamanah* contract, and digital-based promotion. These efforts are expected to strengthen BMT's image as a trustworthy, professional, and competitive Islamic financial institution in the modern sharia economy.

Keywords: Islamic Marketing Strategy, SIMPAHAM, *Wadi'ah Yad Dhamanah*, BMT, Membership Growth.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah.....	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Aspek Teoritis.....	16
1.6.2 Aspek Praktis	17
BAB II LANDASAN TEORI	18
2.1 Konsep Pemasaran Syariah.....	18
2.1.1 Pengertian pemasaran	18
2.1.2 Pemasaran dalam perspektif syariah	21
2.2 Strategi Pemasaran.....	24
2.2.1 Pengertian strategi pemasaran.....	24
2.2.2 Strategi STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	27
2.2.3 Marketing Mix pemasaran Syariah	31
2.3 Akad Wadiah	37
2.3.1 Pengertian Akad wadiah	37

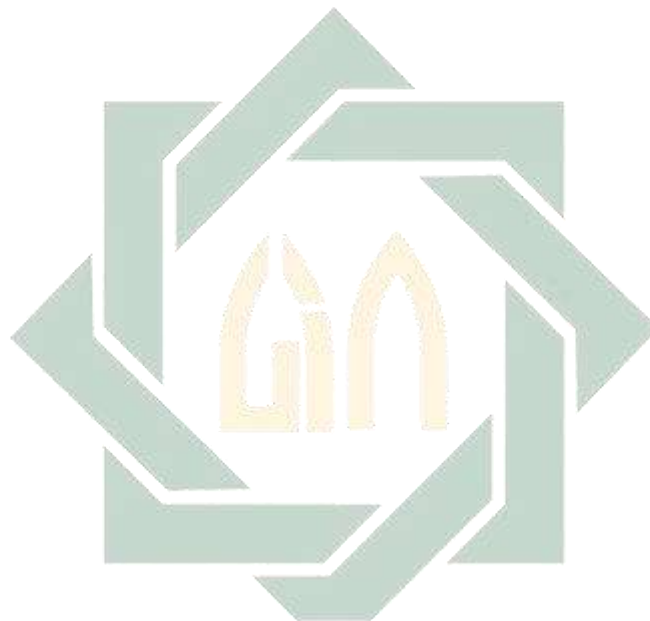
2.3.2	<i>Wadiah Yad-Dhamanah</i>	38
2.3.3	Rukun dan Syarat <i>wadiah</i>	39
2.3.4	Landasan Hukum Akad <i>wadiah</i>	40
2.4	Tabungan Syariah	41
2.5	Penelitian Terdahulu	42
2.6	Kerangka Konseptual	49
BAB III METODE PENELITIAN		52
3.1	Jenis Penelitian	52
3.2	Lokasi Penelitian	53
2.7	Jenis dan Sumber Data	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.5	Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		61
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1	Profil KSPPS BMT Mandiri Sejahtera	61
4.1.2	Visi dan Misi KSPPS BMT Mandiri Sejahtera	62
4.1.3	Struktur Organisasi KSPPS BMT Mandiri Sejahtera	63
4.1.4	Produk Simpanan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera	68
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	72
4.2.1	Implementasi strategi pemasaran syariah tabungan SIMPAHAM dengan akad wadiah yadh dhomanah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun	73
4.2.2	Kontribusi strategi pemasaran syariah tabungan SIMPAHAM dengan akad wadiah yadh dhomanah terhadap peningkatan jumlah anggota di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun	101
4.3	Pembahasan Penelitian	110
4.3.1	Analisis Implementasi strategi pemasaran syariah tabungan SIMPAHAM dengan akad wadiah yadh dhomanah di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun	111
4.3.2	Analisis Kontribusi strategi pemasaran syariah tabungan SIMPAHAM dengan akad wadiah yadh dhomanah terhadap peningkatan jumlah anggota di KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun	127
BAB V KESIMPULAN		135
5.1	Kesimpulan	135
5.2	Saran	136
DAFTAR PUSTAKA		138



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kuota Jemaah haji Indonesia 2022-2025	3
Tabel 1. 2 Jumlah Anggota Simpanan KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Cabang Dukun 2022-2025	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 4. 1 Kesesuaian Implementasi Akad Wadiah pada Tabungan SIMPAHAM dengan Teori dan Fatwa DSN-MUI.....	126
Tabel 4. 2 Jumlah Anggota SIMPAHAM 2022-2025	127



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

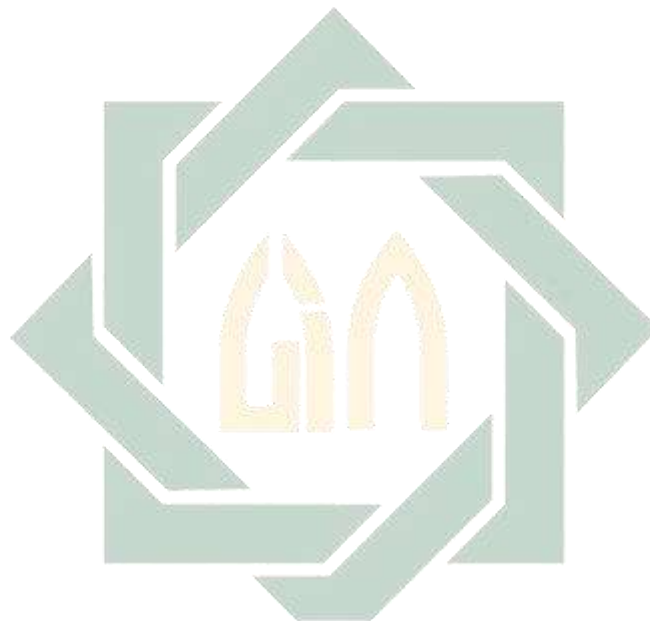
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	49
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KSPPS BMT Mandiri Sejahtera	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Peneliti	144
Lampiran 2 Surat Izin dan Surat Balasan Penelitian.....	145
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	147
Lampiran 4 Teknik Analisis Data	165
Lampiran 5 Triangulasi Data	177
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	181



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah As Shoib, Ayu Putriana Dewi, Dynda Prista, Fajar Dio Wahyu, & Sudarmiatin Sudarmiatin. (2024). Analisis Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada UMKM Pengrajin Keramik. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(4), 91–98. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i4.3419>
- Afrillia, N. K., & Hartini, K. (2024). *Haji dan Umrah: Sebuah Perjalanan Spiritual dari Niat hingga Tawaf Wada*. CV Brimedia Global.
- Akbar, M. A., & Yazid, I. (2025). Pembiayaan Haji melalui Talangan Dana Perspektif Masalah Mursalah di Desa Sigambal. *Al-Sulthaniyah*, 14(2), 223–234.
- Al Musawwa, M. A., & Hanifah, L. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Kcps Gresik. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 669–684.
- Amani, A., & Lisda Khoirunisa. (2023). Akad Wadiah sebagai Salah Satu Penghimpun Dana dalam Bank Syariah. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1198–1203. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8857>
- Anggraini, Y. R., & Latifah, F. N. (2024). Penerapan Analisis Swot Pada Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan Easy Wadiah Di Bsi Kc Sidoarjo Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(1), 275–286.
- Aprianto, I., Andriansyah, M., Qodri, M., & Hariyanto, M. (2020). *Etika & Konsep Manajemen Bisnis Islam* (Ansori (Ed.)). Deepublish.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Ayu, S. P., Ratnasari, V., Audrynita, D., & Mulyono, A. G. (2019). Mudharabah Pada Baitul Mal Wat Tamwil Sidogiri Cabang Pembantu Waru Sidoarjo. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9(1), 26–46. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2019.9.1.26-46>
- Azzahra, A., Savira, D., Salsabillah, S., & Affandi, S. (2020). Analisis Karakteristik Pemasaran Syariah Pada Bank Syariah Mandiri. *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(3), 265–271. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i3.99>
- Bank Muamalat. (2025). Bank Muamalat. <https://www.bankmuamalat.co.id/>
- BMT UGT Nusantara. (2025). BMT UGT Nusantara. <https://bmtugtnusantara.co.id/>
- BSI. (2025). *Halaman Utama | Bank Syariah Indonesia*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/>
- Damayanti, E., & Yusri, D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Stabat. 2(3), 593–607.
- Dianti, Y. (2024). Implementasi Akad Wadiah Pada Produk Tabungan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(2), 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Febrianti, N., & Ardyansyah, F. (2023). Dampak Karakteristik Pemasaran Syariah terhadap Kepuasan Nasabah Produk Deposito Mudharabah di Bank Mitra Syariah Gresik Kantor Kas Menganti. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan*

- & *Bisnis Syariah*, 6(1), 846–857. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3788>
- Fitriani, A., & Salsabila, D. (2023). Strategi Distribusi dan Digitalisasi Layanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/jei/article/view/3940>
- Geransha, R. V., & Susilowati, C. (2023). *Implementasi Strategi Pemasaran*. 2(1), 281–286.
- Gunawan, S., & Pratama, M. R. R. (2024). Pengelolaan Tabungan Berkah Dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Berdasarkan FATWA DSN MUI NO. 02/DSN-MUI/IV/2000 Pada Bmt Insan Mulia Palembang. *Journal of Economics and Development (JEnD)*, 01(02), 60–68.
- Gusvita, A., & Salwa, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.939>
- Hakiki, M. A. (2020). Penerapan Efektivitas Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan UD. Bitang Timur Di Desa Sumber Pakem Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember. *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 148–160. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2020.1.2.148-160>
- Hardiyanto, F. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Anggota BMT Adzkiya Khidmatul Ummah Perspektif Marketing Syariah*. IAIN Metro.
- Ilhami, M. W., Nurfajriani, W. V., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Penerapan metode studi kasus dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462–469.
- Indah, S., Yuwana, P., Soleha, F., & Nafisah, Z. (2025). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT NU Cabang Mayang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(3), 1–6.
- Kamas, Didik Himmawan, & Suryani. (2025). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat di Bank BJB Syariah KCP Indramayu. *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 4(1), 8–14. <https://doi.org/10.31943/jsef.v4i1.52>
- Kapuangan, A. P. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Usaha Pong Hingis dalam Meningkatkan Jumlah Produk penjualan di Kecamatan Tikala Kabupaten Toraja Utara*. Institut Agama Kristen Negeri Toraja.
- Kemenag RI. (2022). *Kemenag Terbitkan KMA Kuota Haji 1443 H: Ini Sebaran dan Ketentuannya*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/pers-rilis/kemenag-terbitkan-kma-kuota-haji-1443-h-ini-sebaran-dan-ketentuannya-abwove>
- Kemenag RI. (2023). *komisi-viii-dan-kemenag-sepakati-rerata-bpih-2024-rp93-4-juta-jemaah-bayar-rerata-rp56-04-juta @ haji.kemenag.go.id*. https://haji.kemenag.go.id/v5/detail/komisi-viii-dan-kemenag-sepakati-rerata-bpih-2024-rp93-4-juta-jemaah-bayar-rerata-rp56-04-juta?utm_source=chatgpt.com
- Kemenag RI. (2024). *Kemenag: Haji 2024 Terbanyak dalam Kuota dan Tertinggi Serapannya*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/internasional/kemenag-haji-2024-terbanyak-dalam->

- kuota-dan-tertinggi-serapannya-j7Mki
- Kemenag RI. (2025). *Menag: Indonesia Dapat 221 Ribu Kuota Haji 1446 H/2025 M*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/internasional/menag-indonesia-dapat-221-ribu-kuota-haji-1446-h-2025-m-YKkyY#:~:text=Menag: Indonesia Dapat 221 Ribu Kuota Haji 1446 H/2025 M>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip marketing*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur. (2025). KSPPS BMT Mandiri Sejahtera. <https://www.bmtmandirisejahtera.co.id/>
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dengan Menggunakan Variabel 4p Pada Produk Tabungan Bank Syariah Guna Meningkatkan Minat Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(11).
- Malik, T. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Bank Muamalat Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 834–842. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1324%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1324/966>
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Marissa Grace Haque, F., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Mogaji, E., Adeola, O., Hinson, R. E., Nguyen, N. P., Nwoba, A. C., & Soetan, T. O. (2021). Marketing bank services to financially vulnerable customers: evidence from an emerging economy. *International Journal of Bank Marketing*, 39(3), 402–428. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2020-0379>
- Muhammad Suhri. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar. *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 6469, 2746–6469.
- Mujib, A., & Basyariyah, I. F. (2022). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabur Di Bank Syariah Mandiri Kcp Ampel Surabaya. *Jurnal Masharif Al-Syariah ...*, 7(30), 1619–1671. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/21731%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/21731/7348>
- Mulyana, D. (2003). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya)*.
- Musawwa, M. A. Al, & Hanifah, L. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Kcps Gresik. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(November), 669–684. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/15201>

- Naamy, N. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-dasar & Aplikasinya. In *Rake Sarasin* (Issue Juni).
- Nabila, A., & Agustin, S. (2024). Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Burger King Merr Surabaya) Sasi Agustin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–23.
- Nadya, M., Soewarno, Y., & Nirawati, L. (2020). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Griya Manik di Desa Plumbon Jombang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 21–30.
- Nikmah, C., Amalia Khoir, F., & Novindani, H. O. (2022). Konsep Wadiah Menurut Fikih dan KHES. *Al-Tsaman : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.62097/al-tsaman.v4i1.872>
- Noorhidayat, Y. K. (2021). Market Strategy in Competition in Islamic Financial Institutions. *Social Science, Public Administration and Management (HUSOCPUMENT)*, 1(3), 172–176. <https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpument/DOI:https://doi.org/10.51715/husocpument.v1i3.118>
- Nurhayaty, M. (2022). Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, Eople, Process, Physical Evidence) 7P Di Pd Rasa Galendo Kabupaten Ciamis. *Jurnal Media Teknologi*, 8(2), 119–127. <https://doi.org/10.25157/jmt.v8i2.2669>
- Nurma Ayu, S., & Yuni Erlina, D. (2021). Akad Ijarah dan Akad Wadiah. *Jurnal Keadaban*, 3(2), 13–25.
- Nurussalama, A., Muflihin, M. D., & Lating, A. I. S. (2025). *Penanganan Pembiayaan Bermasalah Akad Murabahah pada Pembiayaan KUR di Bank BSI KCP Tuban Adjeng Nurussalam*. 07(02), 113–134.
- Pulungan, F. A., Piliang, M. I., Fauzan, I. H., & Asnan, H. (2022). Strategi STP (segmenting, targeting, positioning) pada 90° coffee di Pemantang Siantar Perspektif ekonomi Islam. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(001), 103–116.
- Qurrata A'yun, A., Fitriyani, Y., Nur Alfianto, A., & Purwanto, P. (2024). Strategi Pemasaran dalam Menarik Nasabah Simpanan Wadiah di BMT Eka Mandiri Cabang Muntilan. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2), 101–111. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.2702>
- Rafiqi, I., & Wahid, A. (2024). Analisis Manajemen Risiko Pada Tabungan Berhadiah Emas Di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 02(02), 268–273.
- Rahmany, S. (2020). Faktor-Faktor Kebijakan Yang Mempengaruhi Tabungan Mudharabah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(2), 122–137. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i2.225>
- Ramadhan, A., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Strategi Pemasaran Produk Jasa Keuangan Di Perbankan Syariah Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7692–7704.
- Rauf, A., Manullang, S. O., P.5, Ardiansyah, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., Muniarty, P., Firmansyah, H., Mundzir, A., Manalu, V. G., Depari, G. S., Rahajeng, E., Apriyanti, M. D., Riorini, S. V., & Hardi, S. Y. (2021). *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insania.

- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Rizqo, H., & Handayani, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Usaha Mie Jeng-Kang Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Islamic Economics and Business* ..., 1(1), 72–89. <https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/4886%0Ahttps://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/4886/1747>
- Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. S. Dr. Dian Utami Sutiksno, S.E., S. T. M. T. Dr. Ratnadewi, & I. Aziz (Eds.)). Zahir Publishing. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=xmtgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=utKoqPBMe8&sig=g8McCaC3ABPBpR58PDiCiS9vVsE&redir_esc=y#v=onepage&q=metode penelitian kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=xmtgEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=utKoqPBMe8&sig=g8McCaC3ABPBpR58PDiCiS9vVsE&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false)
- Rosyad, F. K., & Fathoni, M. A. (2024). Analisis Determinasi Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1261–1270. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12980DOI:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12980>
- Salamatun Asakdiyah, S. E., Ridwan Hakiki, S. E., Hetty Karunia Tunjungsari, S. E., & others. (2023). *Kepuasan Pelanggan di Era Digital: Strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan jangka panjang*. Takaza Innovatix Labs.
- Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Karwanto, Supriyono, Iffah, J. D. N., Widiatsih, A., Utomo, E. S., Maghfur, I., Sofiyana, M. S., & Sulistiana, D. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. S. Dr. Hayat, S.AP. (Ed.)). Unisma Press. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=iCZIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=opdLNytXZf&sig=lpRL2sPY4JeAz-eAj5hRxqBdSiI&redir_esc=y#v=onepage&q=metode penelitian kualitatif&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=iCZIEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=opdLNytXZf&sig=lpRL2sPY4JeAz-eAj5hRxqBdSiI&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false)
- Sari Moiling. (2025). Analisis Mekanisme Pembukaan Rekening Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia. *Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 4(1), 1–10. <http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/989>
- Sirajuddin Saleh. (2017). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, 1, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sodiq, A. (2025). Peran BMT Nusantara Umat Mandiri Dalam Mendorong Inklusi Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank di Tulungagung. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 7(1), 90–104.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. CV. pustaka Abadi. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=definisi+pemasaran&ots=4PT4ik3bi_&sig=ss1xCH2ZDAesk9KsE31NZaUAuA0&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi pemasaran&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Z-fWDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=definisi+pemasaran&ots=4PT4ik3bi_&sig=ss1xCH2ZDAesk9KsE31NZaUAuA0&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi%20pemasaran&f=false)
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

- Sulistiyo, U. (2019). *Buku Ajar Metode Penelitian kualitatif*. Salim Media Indonesia.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=nJm8EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=penelitian+lapangan+dalam+kualitatif&ots=GGGOcgxxbD&sig=P-px_6qxCNGqZd__qP-ddcuTOZk&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian lapangan dalam kualitatif&f=false
- Syah, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan* (A. T. Putreanto (Ed.)). CV. Widina Media Utama.
- Syahira, T., & Anggraini, T. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Kabanjahe. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 184–190. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i1.684>
- Ummah, R. S., Saputri, N. W., & others. (2024). Pendekatan Kualitatif Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Strategi Pemasaran Perbankan Syariah. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 1379–1385.
- Utama, A. P. (2023). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang lingkup* (N. Duniawati (Ed.)). CV. Adanu Abimata.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=BzCzEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=definisi+pemasaran&ots=JUy3crQXLP&sig=qvbJ6e4PK4oOPivns4RBvq2umFo&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi pemasaran&f=false
- Waruwu, F. D. P., Zebua, E., Mendrofa, Y., & Gea, N. E. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Mawar Bakery Di Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 4(3), 1556–1568. <https://doi.org/10.47709/jebma.v4i3.4747>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A