

**EFEKTIVITAS STRATEGI *PERSONAL SELLING* MELALUI
PROGRAM GREBEK PASAR DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI BPRS LANTABUR
CABANG GRESIK**

SKRIPSI

Oleh

SULFAH SAHRATUS SYABRINAH

NIM: 08020421088



**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
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya, **Sulfah Sahratus Syabrinah**, 08020421088, 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 atau 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 dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 September 2024



Sulfah Sahratus Syabrinah

NIM. 08020421088

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Sulfa Sahratus Syabrinah dengan NIM 08020421088
Ini telah diperiksa dan disetujui untuk
dimunajosahkan

Surabaya, 13 Desember 2024

Dosen Pembimbing,



NurLailah, SE, M.M

NIP 196205222000032001

LEMBAR PENGESAHAN

EFEKTIVITAS STRATEGI *PERSONAL SELLING* MELALUI PROGRAM GREBEK PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN DI BPRS LANTABUR CABANG GRESIK

Oleh
Sulfah Sahratus Syabrinah
NIM : 08020421088

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 30 Desember 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. NurLailah, SE, M.M
NIP 196205222000032001
(Penguji 1)
2. Dr. Siti Musfiqoh, MEI.
197608132006042002
(Penguji 2)
3. Betty Silfia Ayu Utami, S.E., M.SE.
198706102019032019
(Penguji 3)
4. Nurul Fatma Hasan, S.Si., M.E.I
198907112020122013
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 30 Desember 2024

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Sulfah Sahratus Syabrinah
NIM : 08020421088
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : sulfahssyabrinah@gmail.com

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

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Strategi *Personal Selling* Melalui Program Grebek Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di BPRS Lantabur Cabang Gresik

beserta 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, 24 Februari 2025

Penulis



(Sulfah Sahratus Syabrinah)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah mengalami kemajuan secara progresif. Ada beberapa indikator dalam meninjau atau menganalisa pertumbuhan perbankan syariah diantaranya adalah pertumbuhan asset, jumlah dana pihak ketiga, serta pembiayaan. Salah satu dari ketiga indikator tersebut bisa dilihat dari segi pertumbuhan asset. Untuk terus meningkatkan eksistensi suatu lembaga dalam memasarkan produknya strategi yang paling banyak digunakan adalah *personal selling*. Strategi tersebut diterapkan melalui program grebek pasar di BPRS Lantabur Tebuireng Gresik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dari strategi yang diterapkan di BPRS Lantabur Tebuireng Gresik yaitu *personal selling* melalui program grebek pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah ada produk tabungan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan yang dilakukan langsung di lokasi dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan beberapa narasumber, termasuk pimpinan cabang, tim marketing, serta nasabah produk tabungan. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selain itu, untuk memastikan keabsahan data dengan menggunakan metode triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal selling* yang diterapkan di BPRS Lantabur Tebuireng sudah mencapai tujuan dari *personal selling* dan juga target penjualan yang sudah tercapai dengan dibuktikan oleh data perbandingan jumlah nasabah sebelum dan sesudah dilakukan grebek pasar. Kemudian pada efektivitas *personal selling* melalui program grebek pasar yang dilakukan oleh BPRS Lantabur Tebuireng Gresik efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah secara signifikan setiap tahun, memberikan dampak nyata berupa literasi keuangan, serta mendukung pengembangan usaha nasabah. Pendekatan yang ramah dan tidak memaksa memperkuat hubungan antara BPRS dan masyarakat, menjadikan strategi ini relevan dan kompetitif dalam meningkatkan daya saing BPRS. Program ini juga menjadi sarana komunikasi dua arah yang membantu BPRS memahami kebutuhan nasabah dan meningkatkan kualitas layanan.

BPRS Lantabur Tebuireng Gresik disarankan untuk menambahkan fasilitas seperti *open table* atau stan informasi di pasar akan mempermudah calon nasabah mendapatkan informasi dan mendaftar langsung, memungkinkan pedagang dan pengunjung berdiskusi dengan staf marketing mengenai produk tabungan dan layanan lainnya.

Kata Kunci : Efektivitas, *Personal Selling*, Grebek Pasar, Nasabah Tabungan

ABSTRACT

The development of sharia banking in Indonesia has progressed progressively. There are several indicators in reviewing or analyzing sharia banking growth, including asset growth, amount of third party funds, and financing. One of these three indicators can be seen in terms of asset growth. To continue to increase the existence of an institution in marketing its products, the most widely used strategy is personal selling. This strategy was implemented through a market raid program at BPRS Lantabur Tebuireng Gresik. The aim of this research is to determine the effectiveness of the strategy implemented at BPRS Lantabur Tebuireng Gresik, namely personal selling through the market raid program in increasing the number of customers with savings products.

This research uses field research methods carried out directly at the location with a qualitative approach. Data collection was carried out through observation, documentation and interviews with several sources, including branch leaders, marketing teams and savings product customers. Data analysis was carried out through three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. In addition, to ensure the validity of the data by using the source triangulation method..

The results of the research show that the personal selling strategy implemented at BPRS Lantabur Tebuireng has achieved the objectives of personal selling and sales targets have also been achieved as proven by comparative data on the number of customers before and after the market raid. Then, the effectiveness of personal selling through the market raid program carried out by BPRS Lantabur Tebuireng Gresik is effective in increasing the number of customers significantly every year, providing a real impact in the form of financial literacy, as well as supporting customer business development. A friendly and non-coercive approach strengthens the relationship between BPRS and the community, making this strategy relevant and competitive in increasing the competitiveness of BPRS. This program is also a two-way communication tool that helps BPRS understand customer needs and improve service quality.

BPRS Lantabur Tebuireng Gresik is advised to add facilities such as open tables or information stands in the market to make it easier for potential customers to get information and register directly, allowing traders and visitors to discuss savings products and other services with marketing staff.

Keywords: Effectiveness, Personal selling, Market Blitz, Savings Customers

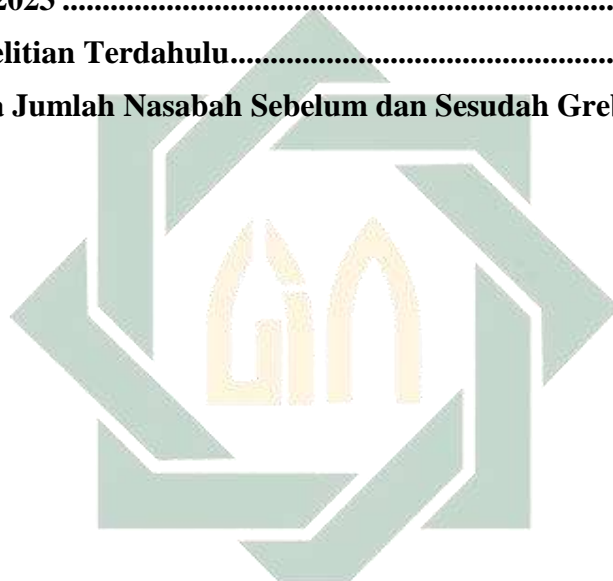
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Strategi Pemasaran	13
2.2 <i>Personal selling</i>	15
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31

3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Teknik Validitas Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum BPRS Lantabur Tebuireng	38
4.1.1 Sejarah Pendirian BPRS Lantabur Tebuireng.....	38
4.1.2 Visi dan Misi BPRS Lantabur Tebuireng	39
4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	40
4.1.4 Struktur Organisasi BPRS Lantabur Tebuireng.....	40
4.1.5 Produk-Produk BPRS Lantabur Tebuireng.....	47
4.2 Hasil penelitian.....	54
4.2.1 Strategi <i>Personal selling</i> Melalui Grebek Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BPRS Lantabur Tebuireng Gresik	54
4.2.2 Efektivitas <i>Personal selling</i> Melalui Grebek Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BPRS Lantabur Tebuireng Gresik	61
4.3 Pembahasan	75
4.3.1 Strategi <i>Personal selling</i> Melalui Grebek Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BPRS Lantabur Tebuireng Gresik	76
4.3.2 Efektivitas <i>Personal selling</i> Melalui Grebek Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan BPRS Lantabur Tebuireng Gresik	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Tabungan BPRS Lantabur Tebuireng Gresik Periode 2020-2023	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Data Jumlah Nasabah Sebelum dan Sesudah Grebek Pasar	68



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

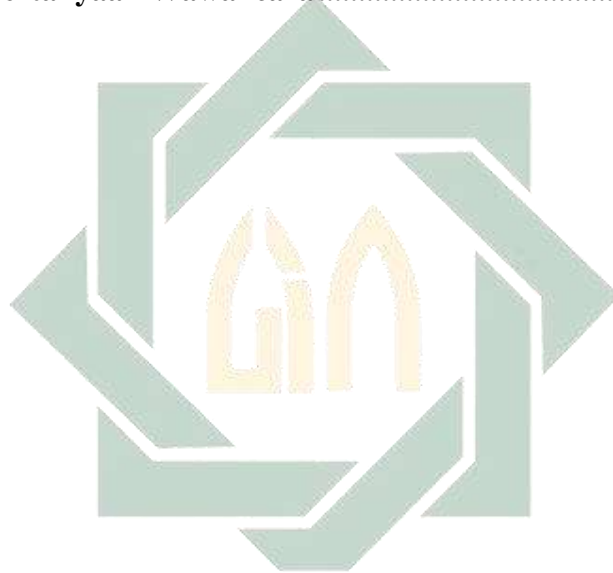
Gambar 1.1 Data Jumlah Bank pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia Tahun 2019 -2023	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BPRS Lantabur Tebuireng Gresik.....	40



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian.....	98
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	100
Lampiran 3 Pertanyaan Wawancara.....	103



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

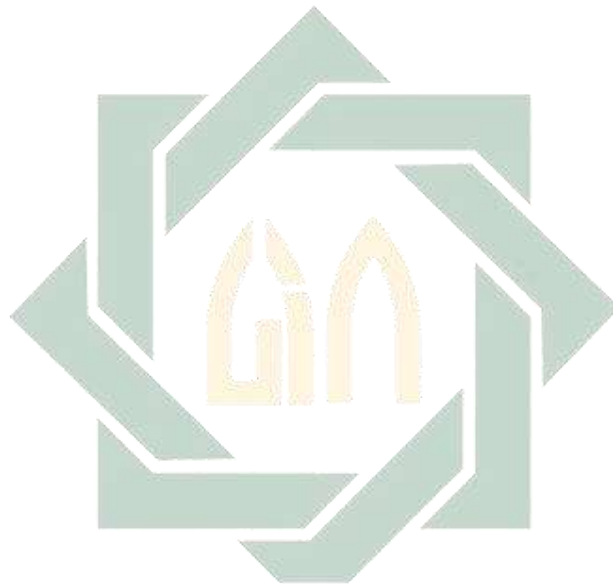
- Ahmad, I. (1986). *Fiqh al-Syafi'iyah*. Karya Indah.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing*. Media Presindo.
- Alvin Hidayatullah, M. (2023). Analisis Strategi Promosi Personal Selling Pada Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Beringharjo Dolopo, Madiun Terhadap Loyalitas Anggota. *Salam (Islamic Economics Journal)*, 4(1), 79. <https://doi.org/10.24042/slm.v4i1.17028>
- Andi Setiawan, M., & Suci Maghfirah, I. (2021). Efektivitas Aplikasi Zoom Dalam Proses Pembelajaran Matematika. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 6(1), 33–37. <https://doi.org/10.33084/bitnet.v6i1.2565>
- Anisa Kurnia Sabarina. (2024). *Analisis efektivitas strategi personal selling dalam meningkatkan jumlah anggota produk simpanan di bmt dana mentari muhammadiyah purwokerto skripsi*.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Raja Grafindo Persada.
- Ayu Intan, Wulandari Putri, & Sutiya Lestari. (2022). *Strategi Meningkatkan Funding Dimasa Pandemi Pada Bank Syariah Indonesia KCP Sumberrejo Bojonegoro*. 10.
- Boyd, Walker, & Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi* (2nd ed.). Erlangga.
- Creswell, J. W. (2017). *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*.
- Devy, & Irda. (n.d.). *Analisis Strategi Promosi Personal Selling pada Produk Tabungan dalam Upaya Pencapaian Target Jumlah Tabungan Nasabah di BMT (Studi Kasus pada BMT Agam Madani Kanagarian Kamang Mudiak)*).
- Eka Wahyuningsih. (2021). Strategi Personal selling Dalam Menarik Minat Menabung Siswa SMPN 10 Parepare di Bank BTN Syariah KCPS Parepare. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Fauzi, M. N. U. R. (2023). *Tabungan Harmoni Plus Melalui Sistem Grebeg Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Juni 2023*.
- Gibson, Ivancevich, & Donnelly. (1985). *Organisasi*. Erlangga.

- Gregorius Chandra. (2002). *Strategi dan program Pemasaran*.
- Gulo W. (2002). *Metodologi Penelitian*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hasan Iqbal. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Bumi Aksara.
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan : Panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami dan memasuki dunia bisnis*.
- Hidayati, N., & Kamalina Zulfa. (n.d.). *Pengaruh Personal Selling dan Public Relation Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Easy Wadī'ah pada BSI KCP Sumenep Trunojoyo*.
- Julitawaty, W., Willy, F., & Goh, T. S. (2020). Pengaruh Personal Selling Dan Promosi Penjualan Terhadap Efektifitas Penjualan Ban Sepeda Motor Pt. Mega Anugrah Mandiri. *Bisnis Kolega*, 6(1), 43–56.
<https://www.ejournal.pmci.ac.id/index.php/jbk/article/view/47>
- Kasmir. (2002). *Dasar-dasar Perbankan* (Ed. 1. Cet). Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2002.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=http://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac%3Fid%3D17635&ved=2ahUKEwixv7vK_rKIAxWayDgGHS7GGIIQFnoECBIQAQ&usq=AOvVaw0PLAJK9IUbjITbGpakWr_
- Lamb, Hair, & McDaniel. (1988). *Pemasaran : marketing*. Jakarta Salemba Empat.
- Lutfiyatun Zakiyah. (2020). IMPLEMENTASI STRATEGI PERSONAL SELLING DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI KSPPS BMT HANADA QUWAISH KEBASEN. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Miles, M. ., & A.M, H. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Mudjia Rahardjo. (2011). *Metode pengumpulan data penelitian kualitatif*.

- Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah*.
- Muhammad Yazid. (2023). *Fikih Ekonomi (Bank dan Lembaga Keuangan)*. Pagan Press.
- Ni'mah, I., & Meylianingrum, K. (2022). Strategi Personal Selling di BMT UGT Nusantara Cabang Pembantu Mumbulsari Jember. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3009. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.5355>
- Phillip, K., & Keller., K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.).
- Rachmawati, M. A., & Afifi, S. (2021). *The integrated marketing communication in digital environment: a case study of local radio in Yogyakarta*. 14, 105–119.
- Sari, S. A. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser, Personal Selling, dan Harga Terhadap Pembelian Produk Smartphone (Studi Kasus Pelajar Kota Metro)*. https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/2902/1/SKRIPSI_SITI_AMBAR_SARI_NPM.14119474-Perpustakaan_IAIN_Metro.pdf
- Setiarini, I. E. K. A. (2022). *UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam Bandar Lampung) DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH (Studi Kasus Bank Muamalat KCP ZA Pagar Alam Bandar Lampung)*.
- Sugiyono. (2016). *Memahami penelitian kualitatif* (12th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sulistiowati, M. (2020). *Efektivitas Sistem Jemput Bola (Personal Selling) Pada BPRS Mitra Argo Usaha Bandar Lampung*.
- Suwiknyo, D. (2009). *kompilasi Tafsir ayat-ayat alquran*.
- Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran* (Kedua).
- Wijayanti, I. M. (2019). Peran Nasabah Dalam Perkembangan Perbankan Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 66–75. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4195>
- Yanto, R. T. Y., & Prabowo, A. L. P. (2020). Pengaruh Personal Selling Terhadap

Pencapaian. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10, no 1(2087–3077), 2–12.

Yunida et al. (2023). *Pengaruh Personal Selling dan Kemudahan Penyelesaian Klaim Terhadap Peningkatan Jumlah Pelanggan Pada PT. Jasindo Syariah Asuransi Banjarmasin.*



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A