

STRATEGI PEMASARAN BANK WAQAF UNTUK MENINGKATKAN MINAT NASABHA TERHADAP BANK

WAQAF

(Studi Kasus Bank Waqaf Mikro Sinar Sukses Bersama Annur II Bululawang)

SIKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH

GELAR SARJANA



Disusun oleh:

Fikri Ali Zen

(12010261004)

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN

BISNIS UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG

NG MALANG

2025



Edit dengan WPS Office



YAYASAN PERGURUAN TINGGI ISLAM RADEN RAHMAT
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Inspiring. Excellent. Humble

TANDA PERSETUJUAN PROPOSAL

Judul : STRATEGI PEMASARAN BANK WAQAF UNTUK MENINGKATKAN MINAT
NASABAH TERHADAP BANK WAQAF (Studi kasus bank waqaf annur 2 bululawang)

Disusun Oleh : Fikri Ali Zen

NIM : 21612061004

Prodi : Perbankan Syariah

Konsentrasi :

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

Di depan tim penguji

Malang,

Mengetahui & menyetujui

Kaprosdi,

(.....)
NIDN

Pembimbing,

(M. Romli Muor)
NIDN. 0706076704

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



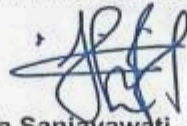
TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG:

NAMA : Fikri Ali Zen
NIM : 21612061004
HARI : Rabu
TANGGAL : 09 juli 2025
JUDUL : Strategi Pemasaran Bank Waqaf Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Bank Waqaf

DINYATAKAN LULUS

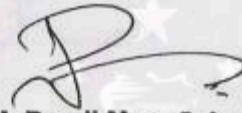
MAJELIS PENGUJI



Hilda Sanjayawati, M.AB
NIDN. 0722058806

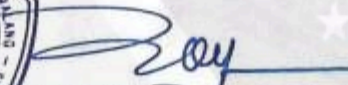


Andriati Aziizah Syafitri, M.Ak
NIDN. 0714049303



M. Romli Muar S.Aq, M.HI
NIDN. 0706076704

MENGESAHKAN,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Raden Rahmat Malang
Dekan,



Dr. M. Yusuf Azwar Anas, S.E., M.M
NIDN. 0713047901

HALAMANPERSEMBAHAN

DenganpenuhrasasyukurkepadaAllahSWT,karyainikupersembahkanuntuk:

IbudanBapak.Oranghebatyangselalumenjadipenyemangat saya

sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia,

Yangtidakhenti-hentinyamemberikankasihsayangdenganpenuhcintaselalu

memberikanmotivasi.

Terimakasihuntuksemuaberkatdo'adandukunganibudanbapaksayabisa

berada dititik ini. Sehat selalu tolong hiduplah lebih lama lagi

AlmamatertercintaUniversitasIslamRadenRahmatMalangSemoga

AllahSWTSenantiasamemberikanRahmatdanKarunianya.

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi: lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya dan pasal 70 yang berbunyi: lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)).

Malang, 28 Juli 2025
Yang Menyatakan



Fikri Ali Zen

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



ABTRAKS

FikriAli Zen. 2025. Waqaf BankMarketing Strategy toIncrease CustomerInterest in Waqf Bank(CaseStudyofSinarSuksesBersamaAnnurIIBululawangMicroWaqfBank)

(Supervisor: M. Romli Muar S.Ag, M.HI)

ThisstudyaimstoanalyzethemarketingstrategyimplementedbySinarSuksesBersamaAnnur IIBululawang Micro Waqf Bank in increasing customer interest in waqf bank products and services. The research method used is qualitative descriptive with a case study approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the marketing strategies used include a personal approach, community-based education in Islamic boarding schools, business mentoring programs, and utilization of religious values. Factors that influence customer interest include trust, understanding of the concept of waqf banks, service quality, and social environmental support. These findings indicate that a marketing strategy integrated with sharia values and a community approach has a significant impact on increasing customer participation. This study provides theoretical contributions to the development of sharia marketing strategies and practical benefits for Islamic boarding school- based microfinance institutions.

Keywords:MarketingStrategy,WaqfBank,CustomerInterest,IslamicBanking,IslamicMicro

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



ABTRAKS

Fikri Ali Zen. 2025. Strategi Pemasaran Bank Waqaf Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Bank Waqaf (Studi Kasus Bank Waqaf Mikro Sinar Sukses Bersama Annur II Bululawang) (Pebimbing: M. Romli Muar S.Ag, M.HI)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Waqaf Mikro Sinar Sukses Bersama Annur II Bululawang dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk dan layanan bank waqaf. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan mencakup pendekatan personal, edukasi berbasis komunitas pesantren, program pendampingan usaha, dan pemanfaatan nilai-nilai religiusitas. Faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah meliputi kepercayaan, pemahaman terhadap konsep bank waqaf, kualitas pelayanan, serta dukungan lingkungan sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terintegrasi dengan nilai syariah dan pendekatan komunitas memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan partisipasi nasabah. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan strategi pemasaran syariah dan manfaat praktis bagi lembaga keuangan mikro berbasis pesantren.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Bank waqaf, Minat nasabah, Perbankansyariah, Mikrosyariah*

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



KATAPENGANTAR

SegalapujibagiAllahdzatyangMahaEsa.DzatyangMahaKekalpenciptaseluruhalam. Dzat Maha Pemberi Kehidupan dan Pemberi Kasih Sayang. Dzat yang Maha Pemurah. Dzat Pemberi Ampunan terhadap semua makhluk-Nya. Dzat yang telah memberi akal kepada manusia sehingga manusia menjadi makhluk yang paling sempurna diantara makhluk-makhluk lainnya. Dari Allah kita berasal dan hanya kepada Allah-lah tujuan kita pulang.

Sholawat sertasalam senantiasatercurahkankepada junjungankitanabi akhir zaman Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan senantiasa dinantikan syafa'atnya di hari akhir nanti.

Alhamdulillah rabbil'alamin, rasa syukur penulis ucapkan sebagai rasa yang mendalam atas Ridho Allah SWT sehingga skripsi ini yang berjudul "Strategi Pemasaran Bank Waqaf untuk Meningkatkan Minat Nasabah terhadap Bank Waqaf (Studi Kasus Bank Waqaf Mikro Sinar Sukses Bersama An-Nur II Bululawang)" dapat terselesaikan tepat pada waktunya tentunya dengan segala perjuangan, pengorbanan serta kesabaran yang telah dilalui.

Skripsi ini disusun untuk memberikan pemahaman dan gambaran mengenai implementasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Wakaf Mikro dalam rangka menarik minat nasabah serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah berbasis wakaf. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi akademik sekaligus referensi praktis dalam pengembangan lembaga keuangan mikro syariah di lingkungan pesantren.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:



1. Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Bapak Imron Rosyadi Hamid, S.E.M.Si
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak M. Yusuf Azwar Anas, S.E.M.M
3. Ibu Andriati Aziizah Syafitri, S.Pd.M. Akselaku Kaprodi Perbankan Syariah
4. Bapak M. Romli Muar, S.Ag., M.Hl., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan bimbingan, saran, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Prodi Perbankan Syariah yang telah banyak sekali berbagi pengalaman dan keilmuannya selama penulis menimba ilmu sampai dengan penulis menyelesaikan studi.
6. Sujud dan terima kasih kepada kedua orang tua ku ayahku tercinta Abdurrohman dan ibuku tersayang Hosniyah yang telah memberikandoa, dukungan, cinta dan pengorbanan yang tak ternilai. Terima kasih atas segala sayang, nasehat yang tidak hentinya diberikan kepadaku. Terima kasih buat perjuangan yang tangguh meskipun ayah dan ibuku tidak pernah duduk dibangku kuliah namun mereka berhasil membuat anak pertamanya menempuh pendidikan sampai sarjana.
"I love my father and mother very much"
7. Teman-teman seperjuangan dari prodi Perbankan Syariah angkatan 2021 yang senantiasa saling memotivasi semangat dalam perjuangan menyusun skripsi.
8. Kepada sahabat saya Andhika, S.E, Ahamad Khairul Huda, S.E, dan Ricky Effendy, S.E yang sudah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Maulidatul Fitroti yang senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti, memberi dukungan, motivasi, pengingat, dan menemani peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
10. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada satu sosok yang selama ini diam-diam berjuang tanpa henti, seorang laki-laki sederhana dengan impian yang tinggi,



namun sering kali sulit ditebak isipikir andan hati. Terima kasih kepada penulis skripsi ini yaitu diriku sendiri, Fikri Ali Zen. Anak kedua dari 5 saudara yang sedang melangkah menuju usia 22 tahun yang dikenal keras kepala namun terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih telah turuthadir di dunia ini, telah bertahansejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Terima kasih karena tetap berani menjadi dirimu sendiri. Aku bangga atas setiap langkah kecil yang kau ambil, atas semua pencapaian yang mungkin tak selalu dirayakan orang lain. Walau terkadang harapanmu tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang kamu dapatkan. Jangan pernah lelah untuk tetap berusaha, berbagialah dimanapun kamu berada. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dirimu bersinar dimanapun tempatmu bertumpu. Aku berdoa, semoga langkah dari kakikecilmu selaludiperkuat, dikelilingioleh orang-orang yang hebat, sertamimpimu satu persatu akan terjawab.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran perbankan syariah.

Malang 25 Mei 2025

Fikri Ali Zen



DAFTAR ISI

BABI	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1. LATARBELAKANG	1
1.2. PerumusanMasalah	5
1.3. TujuanPenelitian	5
1.4. KontribusiPenelitian	6
BABII	9
KAJIANPUSTAKA	9
2.1 PenelitianTerdulu	9
2.2 StrategiPemasaran	15
2.3 DefinisiStrategiPemasaran	17
2.4 TujuanStrategiPemasaran	18
2.5 KomponenStrategiPemasaran	19
2.6 Strategipemasaranbankwaqaf	22
2.7 BankWaqaf	23
2.9 ProdukBankWaqaf	25
2.10 Minat	40
2.11 Macam-MacamMinat	41
2.12 Faktor-FaktorYangMempengaruhiMinat	43
2.13 KerangkaBerfikir	53
BABIII	55



METODE PENELITIAN	55
3.1 Jenis Penelitian.....	55
3.2 Sumber Data.....	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4 Teknis Analisis Data.....	57
BAB VI	59
HASIL PENELITIAN	59
4.1 Sejarah Dan Profil Bank Waqaf.....	59
A. Sejarah Bank Waqaf Annur II Bululawang.....	59
B. Sejarah Singkat Bank Waqaf Di Indonesia (BWI).....	61
4.2 Visi Dan Misi Badan Bank Waqaf Indonesia (BWI).....	64
4.3 Struktur Bank Waqaf Mikro Sinar Sukses Bersama Annur II Bululawang.....	63
4.4 Strategi Pemasaran Yang Digunakan Bank Waqaf Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap bank Waqaf Annur II Bululawang.....	64
4.5 Produk Bank Waqaf.....	65
4.6 Tujuan Bank waqaf.....	
4.7 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah.....	
4.8 Alasan bank waqaf mikro sinar sukses bersama didirikan.....	
4.9 Manfaat bank waqaf mikro sinar sukses bersama bagi nasabah.....	
4.10 Persyaratan pengajuan Bank Waqaf Mikro (BWM) sinar sukses bersama Annur II Bululawang.....	
BAB V	77



DOKUMENTASI.....

5.1 Kesimpulan.....



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal.
	Kerangka Penelitian Terdahulu.....	34



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



DAFTARLAMPIRAN

Tabel	Keterangan	Hal.
Lembar	Pedoman Wawancara.....	34
1.	Dokumentasi Wawancara.....	34



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Keterangan	Hal.
1.	Kerangka Berpikir	34



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT



BABI

PENDAHULUAN

1.1. LATARBELAKANG

Secara teoritis, bank konvensional dan syariah mungkin memiliki pendekatan pemasaran yang berbeda, tetapi keduanya memiliki tujuan yang sama: meningkatkan jumlah pelanggan. Strategi pemasaran yang efektif dapat menunjukkan kemajuan atau kemunduran bisnis, karena dapat memengaruhi minat pelanggan, meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan barang dan jasa perusahaan, atau meningkatkan volume penjualan. Dengan demikian, pemasaran yang efektif secara signifikan berdampak pada pendapatan perusahaan. Bisnis Indonesia melihat peningkatan persaingan sebagai akibat dari dunia pemasaran yang berkembang. Akibatnya, bisnis tersebut semakin berusaha untuk memperkuat strategi pemasaran mereka. Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menguasai pasar melalui produk yang telah mereka produksi jika mereka ingin bertahap dalam lingkungan bisnis yang persaingan terus meningkat. Karjuni, A., & S Mulasih (2021).

Kepala Departemen Pengawas Perbankan Syariah OJK Ahmad Soekro Tratmono menyatakan bahwa meskipun namanya "bank wakaf", lembaga keuangan ini tidak menjalankan fungsi wakaf karena BWM merupakan lembaga non-bank. Bank wakaf mikro diberi nama karena bisnisnya berlokasi di sekitar pesantren. Namun, berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro syariah untuk membantu mengatasi kemiskinan di Indonesia, bekerja sama dengan institusi atau lembaga berbasis pesantren. Pemerintah berharap agar inti dari dana yang disebar ke masyarakat tetap terjaga tanpa mengurangi manfaatnya, jadi istilah "BWM" dipilih dan operasi BWM ini dilakukan di pesantren. Sulistiani, S. L., Yunus, M., & Bayuni, E. M. (2019).



Salah satu organisasi keuangan syariah, Bank Wakaf, berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan sosial melalui pengelolaan dana wakaf dengan baik. Sebagai bagian dari jaringan Bank Wakaf di Indonesia, Bank Wakaf Annur 2 Bululawang menghadapi tantangan besar untuk meningkatkan minat pelanggan dalam menggunakan barang dan jasa mereka. Meningkatkan minat pelanggan ini sangat penting untuk mencapai misi sosial dan ekonomi Bank Wakaf secara optimal. Salah satu cara utama untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menggunakan strategi pemasaran yang efektif. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa untuk memenuhi kebutuhan pasar dan menumbuhkan loyalitas konsumen, strategi pemasaran harus terintegrasi dengan pendekatan produk, harga, tempat, dan promosi (4P). Strategi ini harus diterapkan pada institusi keuangan syariah seperti Bank Wakaf sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keberlanjutan, dan keberkahan. (Sholihin et al., 2020).

Pada dasarnya, perbankan syariah di Indonesia berkembang dengan sangat cepat. Saat ini, banyak bank Syariah muncul di luar bank konvensional yang dulunya mendominasi setiap daerah. Di Indonesia, bank Syariah muncul karena keinginan masyarakat untuk melakukan transaksi ekonomi dan perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah. Salah satunya adalah Bank Wakaf Mikro (BWM), yang merupakan lembaga keuangan mikro yang berbasis prinsip Syariah (LKMS). Didirikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), badan hukum koperasi, Bank Wakaf Mikro (BWM) berusaha menawarkan solusi bagi masyarakat menengah ke bawah yang membutuhkan bantuan. Selain itu, Bank Wakaf Mikro lahir di tengah-tengah masyarakat supaya dapat membantu masyarakat menengah ke bawah dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan yang cepat dan mudah. Yuliani, Irma (2022).

Studi sebelumnya menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang berbeda tidak selalu efektif untuk perusahaan keuangan syariah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahman et al. (2021), promosi yang didasarkan pada nilai-nilai Islami, seperti edukasi dan



transparansi, meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan keuangan syariah. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Nugraha (2019) menunjukkan bahwa promosi digital tidak selalu menghasilkan peningkatan minat pelanggan yang signifikan di beberapa daerah, terutama di daerah dengan akses teknologi yang terbatas.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Yusuf et al. (2022) menemukan bahwa strategi pemasaran berbasis relasi personal, seperti pendidikan wakaf, meningkatkan minat konsumen secara signifikan. Namun, Akbar dan Hidayati (2020) menemukan hasil yang berbeda. Mereka mengatakan bahwa promosi berbasis komunitas tidak selalu efektif jika tidak disertai dengan produk baru yang sesuai dengan tuntutan masyarakat.

Dengan adanya bank waqaf mikro di wilayah bululawang, yang merupakan wilayah pesantren sangat Islamik karena banyaknya pondok pesantren, salah satunya dari cabang annur. Akibatnya, keberadaan Bank Wakaf Mikro di Annur II Bululawang sangat membantu masyarakat yang mayoritas muslim dengan memberikan pinjaman modal untuk mengembangkan usaha mereka tanpa riba. Meskipun informasi tentang Bank Wakaf Mikro di Bululawang masih relatif sedikit, namun pertumbuhannya telah meningkat. Karjuni, A., & Mulasih, S, (2021).

Kondisi ini melatarbelakangi lahirnya Bank Wakaf Mikro (BWM) sebagai inovasi keuangan berbasis Syariah yang berfokus pada pemberdayaan ekonomi umat. BWM mengusung prinsip syariah, tanpa bunga, tanpa agunan, serta mengedepankan pembinaan melalui pendekatan edukatif. Program ini digagas oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan mulai berkembang sejak tahun 2017 dengan mengandalkan jejaring pesantren sebagai pusat pemberdayaan.

Bank Wakaf Mikro tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pembiayaan, tetapi juga sebagai sarana edukasi, pembinaan usaha, dan pemberdayaan umat melalui skema pembiayaan tanpa agunan dan tanpa bunga. Meski demikian, dalam implementasinya,



banyak BWM menghadapi tantangan serius dalam hal minat masyarakat menjadi nasabah, terutama disebabkan oleh rendahnya literasi keuangan syariah, ketidakpercayaan terhadap lembaga keuangan, hingga ketidaktahuan atas sistem wakaf dan akad-akad syariah.

Salah satu unit BWM yang menarik untuk diteliti adalah Bank Wakaf Mikro Sinar Sukses Bersama yang beroperasi di bawah naungan Pesantren Annur II Bululawang, Kabupaten Malang. Lembaga ini menonjol karena memiliki pendekatan khas dalam pemasaran: yaitu menggunakan model edukasi keagamaan melalui halaqah mingguan, pendekatan personal berbasis tokoh agama, serta penanaman nilai spiritual dalam setiap transaksi. Strategi ini berbeda dengan lembaga keuangan konvensional yang cenderung fokus pada media digital atau promosi berbasis profit.

Menariknya, BWM Sinar Sukses Bersama telah berhasil menjaring puluhan kelompok saham mikro dari kalangan santri, alumni pesantren, hingga masyarakat umum di sekitar wilayah pesantren. Namun demikian, jumlah nasabahnya belum mencapai potensi maksimal jika dibandingkan dengan populasi masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dengan capaian aktual, yang dapat menjadi indikator bahwa strategi pemasaran masih memerlukan penguatan, penyesuaian, atau inovasi.

Penelitian ini penting karena akan mengkaji secara mendalam bagaimana strategi pemasaran dijalankan oleh BWM dalam konteks religius dan komunal, serta bagaimana pendekatan tersebut mempengaruhi keputusan, persepsi, dan loyalitas nasabah. Di samping itu, studi ini akan memberikan kontribusi akademik pada pengembangan model pemasaran syariah yang berbasis komunitas pesantren, sebuah pendekatan yang belum banyak disentuh dalam literatur akademik saat ini.

Selain itu, BWM Sinar Sukses Bersama dipilih karena memiliki posisi strategis sebagai role model dari integrasi wakaf, pesantren, dan keuangan mikro. Komunitas



pesantren yang kuat dan loyal menjadikan lokasi ini sebagai objek penelitian ideal untuk menganalisis strategi pemasaran berbasis nilai syariah. Lebih jauh, keberadaan pesantren yang sudah mapan secara kelembagaan memungkinkan penerapan strategi yang berbedadari pendekatan mainstream yang biasadigunakan oleh perbankan syariah komersial.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan menghasilkan strategi pemasaran BWM di kalangan pesantren, tetapi juga akan memperluas cakrawala berpikir dalam bidang pemasaran syariah, keuangan mikro, dan integrasi sosial keagamaan dalam ekonomi Islam. Inilah yang menjadikan penelitian ini relevan, aktual, dan memiliki urgensi ilmiah serta praktis.

Dari uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti permasalahan dan menuangkan kedalam bentuk skripsi dengan tema.

“STRATEGI PEMASARAN BANK WAQAF UNTUK MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP BANK WAQAF ANNUR II BULULAWANG”

1.2. Perumusan Masalah

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap bank waqaf mikro (BMW) Annur II Bululawang?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan daya Tarik minat dan kepercayaan masyarakat terhadap bank waqaf?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah terhadap bank waqaf (BMW) Annur II Bululawang
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan daya Tarik minat dan kepercayaan masyarakat terhadap bank waqaf



1.4. Kontribusi Penelitian

Dari judul atas yang di paparkan oleh peneliti. Di harapkan peneliti dapat menginspirasi dan mamfaat bagi secara teoritis maupun dengan secara praktis, dan keungulan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoris

Metode pemasaran yang efektif dapat berkontribusi pada model pendekatan syariah yang didasarkan pada religiusitas. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi perilaku pelanggan, terutama ketika mereka memilih layanan perbankan syariah (Souiden & Rani, 2015; Triana et al., 2016). Studi ini juga meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana komponen pemasaran seperti produk, promosi, dan lokasi berdampak pada daya tarik konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran bank waqaf yang dapat menarik minat nasabah. Selain itu, diharapkan penelitian ini akan berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan teori pemasaran dalam konteks perbankan syariah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan oleh Bank Waqaf Annur 2 Bululawang untuk membuat strategi pemasaran yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa promosi yang efektif, diversifikasi produk syariah, dan penempatan layanan di lokasi strategis secara signifikan meningkatkan jumlah pelanggan bank syariah. (Kartika et al., 2023).

a. Bagi Instansi

Penelitian ini dapat digunakan oleh Bank Waqaf Annur 2 Bululawang untuk membuat strategi pemasaran yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan



masyarakat. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa promosi yang efektif, diversifikasi produk syariah, dan penempatan layanan di lokasi strategis secara signifikan meningkatkan jumlah pelanggan bank syariah. (Kartika et al., 2023).

b. Bagi Pembaca

Diharapkan mendapatkan wawasan mengenai bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam konteks bank waqaf, termasuk pengaruh elemen pemasaran seperti produk, promosi, lokasi, dan keagamaan terhadap keputusan nasabah. Penelitian ini mengacu pada studi-studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa promosi efektif dan produk berbasis

syariah mampu meningkatkan minat nasabah secara signifikan (Kartika et al., 2023; Damayanti, 2017)

c. Bagi Penulis

Sebagai cara untuk memperluas pengetahuan tentang subjek penelitian. Pengalaman langsung diberikan dalam penelitian ini untuk menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh bank syariah, terutama terkait dengan peningkatan jumlah nasabah.

Dengan manfaat ini, penelitian dapat menjadi landasan penting bagi peneliti untuk melanjutkan studi lebih lanjut, baik dalam bentuk pengembangan model pemasaran syariah maupun implementasi kebijakan berbasis data. Selain itu, hasil penelitian dapat dipublikasikan untuk memperkaya literatur dan mempengaruhi pengambilan keputusan di sektor ini.

1.5. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini diperlukan sistematika pembahasan supaya lebih menghasilkan sistematika penulis yang tersusun lebih baik dan tidak melenceng dari inti pembahasan



yang akan diteliti oleh peneliti. Oleh karena itu peneliti menyusun sistematika skripsi ini sebagai berikut :

BABI Pendahuluan

Bab pertama yang berisikan latar belakang, Batasan masalah, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Kontribusi penelitian dan Sistematis penelitian.

BABII Kajian Pustaka

Yang kedua kajian pustaka yang membahas tentang strategi pemasaran, Faktor yang mempengaruhi minat nasabah, tentang bank waqaf, produk bank waqaf mikro dan kerangka berfikir.

BABIII Metode Penelitian

Yang ketiga berisikan jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data

BABIV Hasil Penelitian

Yang keempat yang menjelaskan sejarah dan profil bank waqaf, visi dan misi bank waqaf, hasil penelitian strategi pemasaran dan faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap bank waqaf mikro sinar sukses bersama Annur II bululawang.

BABV Penutup Yang Meliputi Kesimpulan Dan Saran

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

