

ABSTRAK

Cindy Melania Hidajat, 2022, *Implementasi Direct Marketing dalam Upaya Meningkatkan Pertumbuhan Dana Deposito Mudharabah di BPRS SPM Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Dosen Pembimbing : Ira Hasti Priyadi, S.Pd., MA.

Kata Kunci : *Implementasi Direct Marketing, Pertumbuhan Dana, Deposito Mudharabah*

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) SPM Pamekasan merupakan suatu lembaga keuangan yang dalam kegiatannya berpedoman pada prinsip syariah, yang memiliki kegiatan berupa menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Disamping itu, menjalin silaturahmi dan menjaga komunikasi sangat penting untuk dilakukan agar tercipta suatu hubungan yang baik karena nasabah merupakan prioritas utama penunjang aset suatu lembaga keuangan. Oleh karenanya BPRS SPM Pamekasan memilih *direct marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran yang dipilih untuk diterapkan agar hal tersebut dapat terlaksana.

Berdasarkan beberapa hal tersebut, maka terdapat dua fokus penelitian yang menjadi kajian pokok yaitu : *pertama* bagaimana implementasi *direct marketing* di BPRS SPM Pamekasan, *kedua* bagaimana implementasi *direct marketing* dalam meningkatkan pertumbuhan produk deposito *mudharabah* di BPRS SPM Pamekasan.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah Kepala Bagian *Marketing, Customer Service* dan nasabah BPRS SPM Pamekasan. Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan pengamatan dan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: dalam kegiatan pemasarannya, bentuk bentuk *direct marketing* yang digunakan adalah *face to face selling, direct mail, telemarketing* dan dari barbagai jenis tersebut, *face to face selling* merupakan bentuk *direct marketing* yang paling berpengaruh dan sering digunakan. *Kedua*, adanya pengaruh positif serta pendapat yang cukup baik dari nasabah yang disebabkan oleh penerapan *direct marketing* yang dilakukan BPRS SPM Pamekasan dalam mempromosikan dan memasarkan produk khususnya deposito *mudharabah* sehingga membuat jumlah pengguna deposito *mudharabah* ini mengalami peningkatan yang secara otomatis mempengaruhi peningkatan pertumbuhan dana deposito *mudharabah*. Maka dengan hal tersebut Implementasi *direct marketing* dalam upaya meningkatkan pertumbuhan dana deposito *mudharabah* di BPRS SPM Pamekasan dapat dikatakan berhasil serta memberikan pengaruh yang positif dan layak untuk tetap diterapkan sebagai strategi pemasaran.