

ABSTRAK

Nabila Nur Fadmalia, 2022, *Penerapan Direct Marketing dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Dosen Pembimbing : Dr. H. Rudy Haryanto, S.ST, M.M.

Kata Kunci : *Penerapan Direct Marketing, Peningkatan Jumlah Nasabah, Tabungan Multiguna*

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Sarana Prima Mandiri 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 karena itu BPRS Sarana Prima Mandiri 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 penerapan *direct marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, *kedua* bagaimana efektivitas penerapan *direct marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informannya adalah Kepala Bagian *Marketing Funding, 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 penjualan tatap muka (*face to face selling*), *direct mail*, *telemarketing* dan dari berbagai jenis tersebut, penjualan tatap muka (*face to face selling*) merupakan bentuk *direct marketing* yang sering digunakan dan paling berpengaruh. *Kedua*, adanya pengaruh positif serta pendapat yang cukup baik dari nasabah yang disebabkan oleh penerapan *direct marketing* yang dilakukan BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dalam mempromosikan dan memasarkan produk khususnya tabungan multiguna sehingga membuat jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna ini mengalami peningkatan yang terus meningkat setiap tahunnya dari tahun 2018 sampai dengan 2022. Maka hal tersebut membuktikan Penerapan *direct marketing* dalam upaya peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan multiguna di BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan dapat dikatakan berhasil serta memberikan pengaruh yang positif dan layak untuk tetap diterapkan sebagai strategi pemasaran.