

## ABSTRAK

Wiyanatuz Zahrah, 2020, “*Implementasi Spiritual Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pada Anggota Simpanan Pendidikan Fathonah Di BMT NU Cabang Pasean*” Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Lely Shofa Imama, Lc, M.S.I.

**Kata Kunci** : Implementasi, *Spiritual Marketing*, *Kepercayaan*, Dan *Simpanan Pendidikan Fathonah*

*Syariah marketing* merupakan konsep marketing yang tergolong baru dan menjadi solusi alternative dalam praktek bisnis di tengah persaingan usaha yang mulai meninggalkan nilai dari praktik bisnis sesungguhnya. Implementasi *syariah marketing* merupakan disiplin bisnis pada strategis yang memiliki arah proses penciptaan, penawaran kemudian perubahan value dari inisiator pada *stakeholders*-nya, yang dalam seluruh proses di dalamnya sesuai akad dan prinsip-prinsip *muamallah* (bisnis) dalam Islam dan diterapkan pada produk simpanan pendidikan *fathanah*. Simpanan pendidikan *fathanah* merupakan simpanan untuk siswa dan orang tua yang ingin meraih cita-cita pendidikan secara sempurna dengan bagi hasil 45% yang menguntungkan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*.

Ada dua hal yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: 1) Bagaimana implementasi *spiritual marketing* dalam membangun kepercayaan pada anggota simpanan pendidikan fathonah di BMT NU Cabang Pasean, 2) Apa kendala yang dihadapi dalam *spiritual marketing* dalam membangun kepercayaan anggota pada Simpanan Pendidikan Fathonah di BMT NU Cabang Pasean.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata bukan angka-angka. Dalam peneltian ini sumber data yang diperoleh dari observasi dan wawancara, dan dokumentasi. Informannya meliputi Kepala Cabang BMT NU Cabang Pasean, Bagian Tabungan, Bagian Keuangan dan Adum serta anggota penabung sidik fathonah.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, Implementasi *Spiritual Marketing* Dalam Membangun Kepercayaan Pada Anggota Simpanan Pendidikan Fathonah di BMT NU Cabang Pasean berdasarkan karakteristik dan etika, meliputi *Teistis (Rabbaniyah)*, *Etis (Akhlaiyyah)*, *Realistis (Al-Waqi'iyah)*, *Humanistis (Al-Insaniyyah)* dan *Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah* sudah di implementasikan dengan baik oleh Marketer Bmt Nu Cabang Pasean. Sedangkan kendala yang dihadapi dalam melakukan *spiritual marketing* dalam membangun kepercayaan anggota pada Simpanan Pendidikan Fathonah di BMT NU Cabang Pasean adalah tanggapan masyarakat bahwa BMT NU Cabang Pasean berdirinya lebih akhir atau lambat dari pada lembaga keuangan lain di Pasean, dan Calon penabung yang tidak langsung menabung karena kesulitan ekonomi.