

**STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING DALAM MENINGKATKAN
KEDISIPLINAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO**

(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pringsewu)



Skripsi

**Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi Bisnis Islam**

Oleh:

**Risqi Titis Wigati
NPM. 1351020009
Jurusan : Perbankan Syari'ah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H/2017 M**

**STRATEGI RELATIONSHIP MARKETING DALAM MENINGKATKAN
KEDISIPLINAN NASABAH PEMBIAYAAN MIKRO
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pringsewu)**

Skripsi

**Diajukan untuk melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi Bisnis Islam**

Oleh:

**Risqi Titis Wigati
NPM. 1351020009
Jurusan : Perbankan Syari'ah**

**Pembimbing I : Erike Anggraini D.B.A
Pembimbin II: Budimansyah S.Th.I, M.Kom.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1439 H/2017 M**

ABSTRAK

Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro (Study Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pringsewu)

**Oleh
Risqi Titis Wigati**

Penelitian ini membahas tentang strategi relationship marketing yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Pringsewu yang mana pada saat ini banyaknya persaingan antara lembaga keuangan, dan disamping itu kedisiplinan nasabah pembiayaan yang memicu berkembang atau tidaknya bank tersebut. Dimana rumusan masalah disini adalah apa saja dan bagaimana penerapan strategi relationship marketing yang dijalankan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu ?, kemudian apakah strategi relationship marketing tersebut dapat meningkatkan kedisiplinan nasabah pembiayaan mikro pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pringsewu ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *relationship marketing* pada bank syariah mandiri pringsewu dalam meningkatkan kedisiplinan nasabah pembiayaan mikro.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, dan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara. Wawancara dilakukan terhadap nasabah pembiayaan mikro akad murabahah, staff marketing, dan kepala bagian dari pembiayaan warung mikro yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Pringsewu, sedangkan data skunder berupa teori dan data penunjang lainnya diperoleh dari kepustakaan, dan dokumentasi. Semua data tersebut merupakan bahan-bahan untuk mendeskripsikan strategi relationship marketing dalam meningkatkan kedisiplinan nasabah pembiayaan mikro pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Pringsewu.

Dari hasil penelitian, menurut penulis strategi *relationship marketing* dalam meningkatkan kedisiplinan nasabah pembiayaan mikro pada Bank Syariah Mandiri cabang Pringsewu dapat terlaksana dengan baik, dimana ketika bank menggunakan pendekatan-pendekatan *social benefit*, *financial benefit* dan *structural benefit*, dan saat dilapangan para nasabah mengungkapkan hal yang serupa, meskipun belum semua nasabah yang mendapat apresiasi. Sesuai dengan metode yang penulis pilih triangulasi yaitu memperkuat 2 fakta yang terjadi dilapangan dengan apa yang dilakukan oleh pihak bank mengungkapkan banyak kesamaan, dalam kepatuhan pembayaran angsuran ada 5 nasabah atau (23,8%) nasabah membayar sebelum jatuh tempo, 14 nasabah atau (66,6%) nasabah membayar tepat jatuh tempo dan 2 nasabah atau (9,6%) nasabah tidak pasti, terkadang tepat terkadang setelah jatuh tempo, maka strategi *Relationship Marketing* dalam meningkatkan kedisiplinan nasabah pembiayaan mikro benar-benar diterapkan oleh pihak Bank Syariah Mandiri cabang Pringsewu.