

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
MELALUI PENGGUNAAN APLIKASI *EL FAIRUZ*
MOBILE PADA BMT EL FAIRUZ PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

SITI USWATUN HASANAH

NIM 4220064

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
MELALUI PENGGUNAAN APLIKASI *EL FAIRUZ*
MOBILE PADA BMT EL FAIRUZ PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

SITI USWATUN HASANAH

NIM 4220064

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SITI USWATUN HASANAH

Nim : 4220064

Judul Skripsi : IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
MELALUI PENGGUNAAN APLIKASI EL
FAIRUZ MOBILE PADA BMT EL FAIRUZ
PEKALONGAN.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 31 Oktober 2024
Yang Menyatakan,



Siti Uswatun Hasanah
NIM. 4220064

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Siti Uswatun Hasanah

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Siti Uswatun Hasanah

NIM : 4220064

Judul Skripsi : **Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Penggunaan Aplikasi El Fairuz Mobile Pada KSPPS BMT El Fairuz Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 24 Oktober 2024

Pembimbing,



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.
NIP. 19870311 201908 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : Siti Uswatun Hasanah
NIM : 4220064
Judul : **Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Penggunaan Aplikasi El Fairuz Mobile Pada BMT El Fairuz Pekalongan**
Dosen Pembimbing : **Dr.Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I**

Telah diujikan pada hari Senin, tanggal 11 November 2024 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Gunawan Aji, M.Si.
NIP. 19690227 200712 1 001

Penguji II

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 19820527 201101 1 005

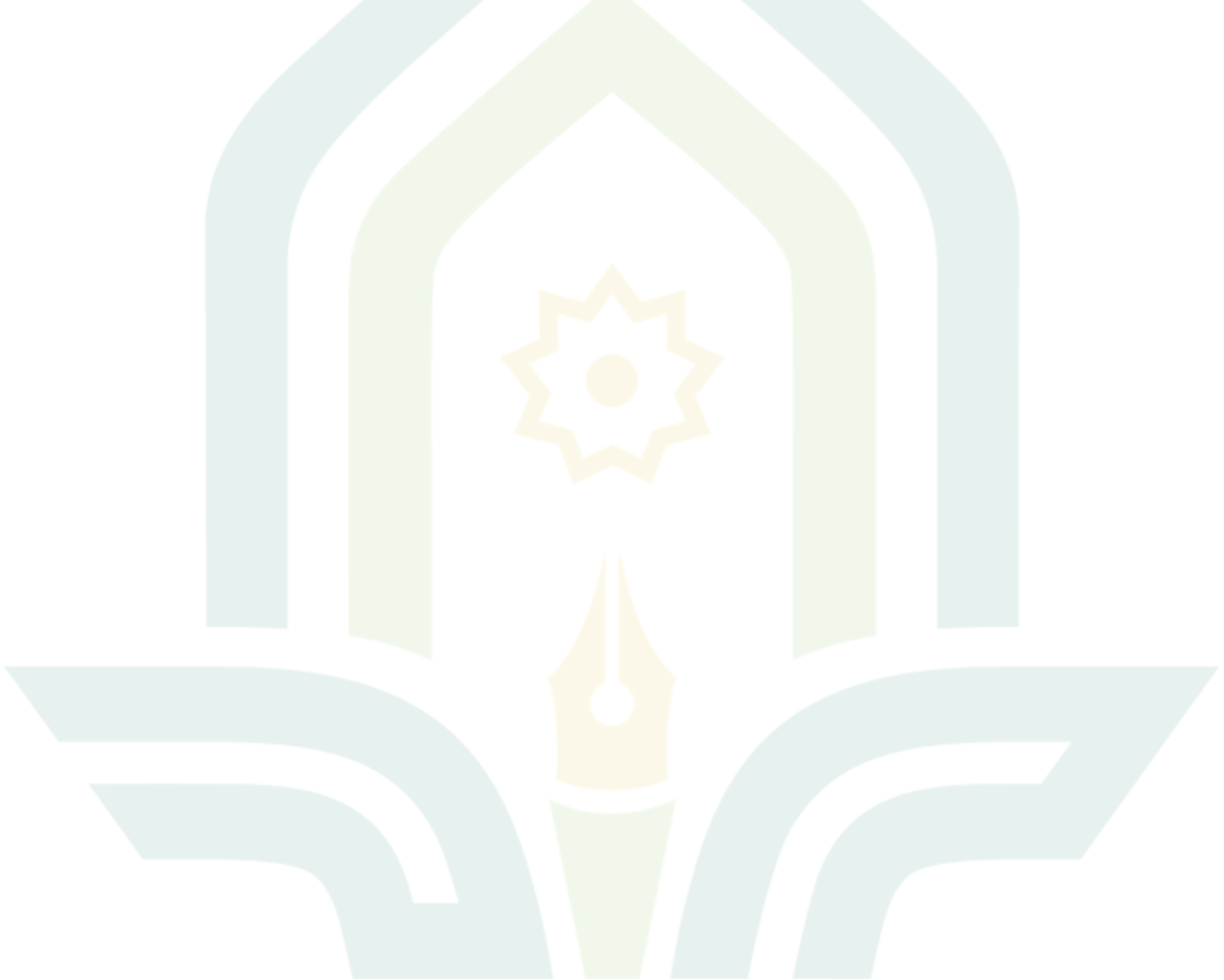
Pekalongan, 11 November 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu paling penting karena Allah telah mempersiapkan Hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Edwar satria)



PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Cinta pertamaku, Ayahanda Abdul Kadir Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, momotivasi, memberikan dukungan namun beliau mampu mendidik penulis, momotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibunda Elis Setya Ningrum. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tapi semangat memotivasi serta do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Alameter saya Prodi Perbankan Syariah , Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dalam penulisan karya ini.

5. Kepada bapak dan ibu dosen serta staf akademik Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Sahabat-sahabatku si tukang gabut, terima kasih atas keceriaan, semangat dan dukungan kalian kepadaku, yang saling meningkatkan dan sama-sama berjuang dalam menyusun serta selalu mensupport masa perkuliahan, sehingga kita mampu berjuang bersama dalam mengapai kesuksesan ini.
7. Untuk diri saya sendiri terima kasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar. Yang tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi , yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terima kasih dirku tetap memilih hidup dan berusaha walau seringkali merasa tertinggal atas segala pencapaian .
8. Fajar Yusron, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah, menjadi support system penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi . Terima kasih selalu memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

SITI USWATUN HASANAH. Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Penggunaan Aplikasi El Fairuz Mobile Pada BMT El Fairuz Pekalongan.

Kemajuan teknologi informasi saat ini begitu cepat, Perkembangan teknologi digital dan telekomunikasi dimanfaatkan oleh industri perbankan syariah yaitu aplikasi layanan *Mobile Banking* dan *Internet Banking*, tidak hanya perbankan saja yang menyediakan tetapi BMT juga mempunyai layanan aplikasi *mobile banking* Seperti BMT El Fairuz Pekalongan yang mempunyai aplikasi *El Fairuz Mobile*. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui strategi pemasaran dan penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile* di BMT, 2) Untuk mengetahui sistem layanan aplikasi El Fairuz *Mobile* dalam menarik minat anggota di BMT, 3) Untuk mengetahui dampak penggunaan layanan El Fairuz *Mobile* di BMT.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di BMT El Fairuz yang bertempat di Jl . Tondon, Poncol, Kec Pekalongan Timur, Kota Pekalongan. 51122. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan karyawan dan anggota BMT El Fairuz. Uji kredibilitas dilakukan melalui triangulasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Strategi pemasaran BMT El Fairuz pada aplikasi *El Fairuz Mobile* terdiri dari beberapa langkah yaitu pertama melakukan pendekatan dengan anggota secara face to face menjelaskan dan menawarkan layanan aplikasi *El Fairuz Mobile*, yang ke dua setiap pembukaan rekening Tamara wajib menggunakan aplikasi El Fairuz *Mobile*, yang ketiga BMT juga menggali anggota lama yang belum menggunakan aplikasi tersebut untuk menggunakannya. 2) Sistem layanan aplikasi *El Fairuz Mobile* dalam menarik minat anggota yaitu telah memberikan kemudahan kepada anggota tanpa harus datang secara langsung ke kantor, sistem layanan pada aplikasi *El Fairuz Mobile* juga dapat memenuhi kebutuhan anggota dalam bertransaksi seperti membayar tagihan listrik melalui aplikasi tersebut. 3) Dampak pengguna pada aplikasi *El Fairuz Mobile* dampaknya sangat baik karena memberikan kemudahan bagi

anggota dan karyawan. Kemudahan bagi anggota yaitu dengan aplikasi *El Fairuz Mobile* dapat melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi kantor BMT dan bisa diakses kapan saja..

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Mobile*, BMT



ABSTRACT

SITI USWATUN HASANAH *Implementation of Marketing Strategy Through the Use of El Fairuz Mobile Application at BMT El Fairuz Pekalongan.*

The progress of information technology is currently so fast, the development of digital technology and telecommunications is utilized by the Islamic banking industry, namely the application of mobile banking and internet banking services, not only banks that provide in but BMT also has a mobile banking application service such as BMT El Fairuz Pekalongan which has the El Fairuz Mobile application. This Study aims: 1) to explain the marketing strategy and use of the El Fairuz Mobile application at BMT, 2) to explain the El Fairuz Mobile application service system in attracting members' interest at BMT, 3) to explain the impact of using the El Fairuz Mobile service at BMT.

The type of research conducted is field research. The researcher uses qualitative research as an approach to this research. This research was conducted at BMT El Fairuz located at Jl. Tondon, Poncol, Pekalongan Timur District, Pekalongan City. 51122 The data collection technique in this study used the interview method with employees and members of BMT El Fairuz. The credibility test was conducted through triangulation

The results of the study show that: 1) The marketing strategy of BMT El Fairuz on the El Fairuz Mobile application consists of several steps, namely the first is approaching members face to face explaining and offering the El Fairuz Mobile application service, the second is that every Tamara account opening must use the El Fairuz Mobile application, the third is BMT also explores old members who have not used the application to use it. 2) The El Fairuz Mobile application service system in attracting members' interest has provided convenience to members without having to come directly to the office, the service system on the El Fairuz Mobile application can also meet the needs of members in making transactions such as paying electricity bills through the application. 3) The impact of users on the El Fairuz Mobile application has a very good impact because it provides convenience for members and employees. Convenience for members is

that with the El Fairuz Mobile application they can make transactions without having to visit the BMT office and can be accessed at any time.

Keywords: Marketing Strategy, Mobile, BMT



KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Alhamdulillah, puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Penggunaan Aplikasi El Fairuz Mobile Pada BMT El Fairuz Pekalongan”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi dalam satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH, M.H selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. H. Tamamudin, S.E, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak M. Shulthoni, Lc.. MA., MSI., Ph.D selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. selaku Dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Aenurofik, M.A. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)

7. Seluruh Dosen Prpgram Studi PerbankanSyariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan, memotivasi dan mendoakan selama ini
9. Teman-teman Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 2020
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan,30 Oktober 2024



Siti Uswatun H

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvixiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvixiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II.....	10
LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Telaah Pustaka	23
C. Kerangka Berfikir	34

BAB III.....	35
METODE PENELITIAN	35
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
B. <i>Setting</i> Penelitian	35
C. Subjek Penelitian dan Sampel	35
D. Sumber Data	36
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Teknik Keabsahan Data	37
G. Metode Analisis Data.....	38
BAB IV	41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum KSPPS BMT El Fairuz Pekalongan.....	41
B. Data dan Analisis Penelitian	48
C. Pembahasan	54
BAB V	61
PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada hasil Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 158 tahun 1987 dan No. 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es

سین	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـيَ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـِـوَ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـاَ...ِـاَ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِـيَ...ِـيَ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـِـوَ...ِـوَ	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta' marbutah mati
Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- الْأَطْفَالُ رَوْضَةَ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمُنَوَّرَةُ الْمَدِينَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- سَيِّئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- الرَّازِقِينَ خَيْرٌ فَهُوَ اللَّهُ إِنَّ وَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa
khairurrāziqīn

- مُرْسَاهَا وَ مَجْرَاهَا اللَّهُ بِسْمِ Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan

itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

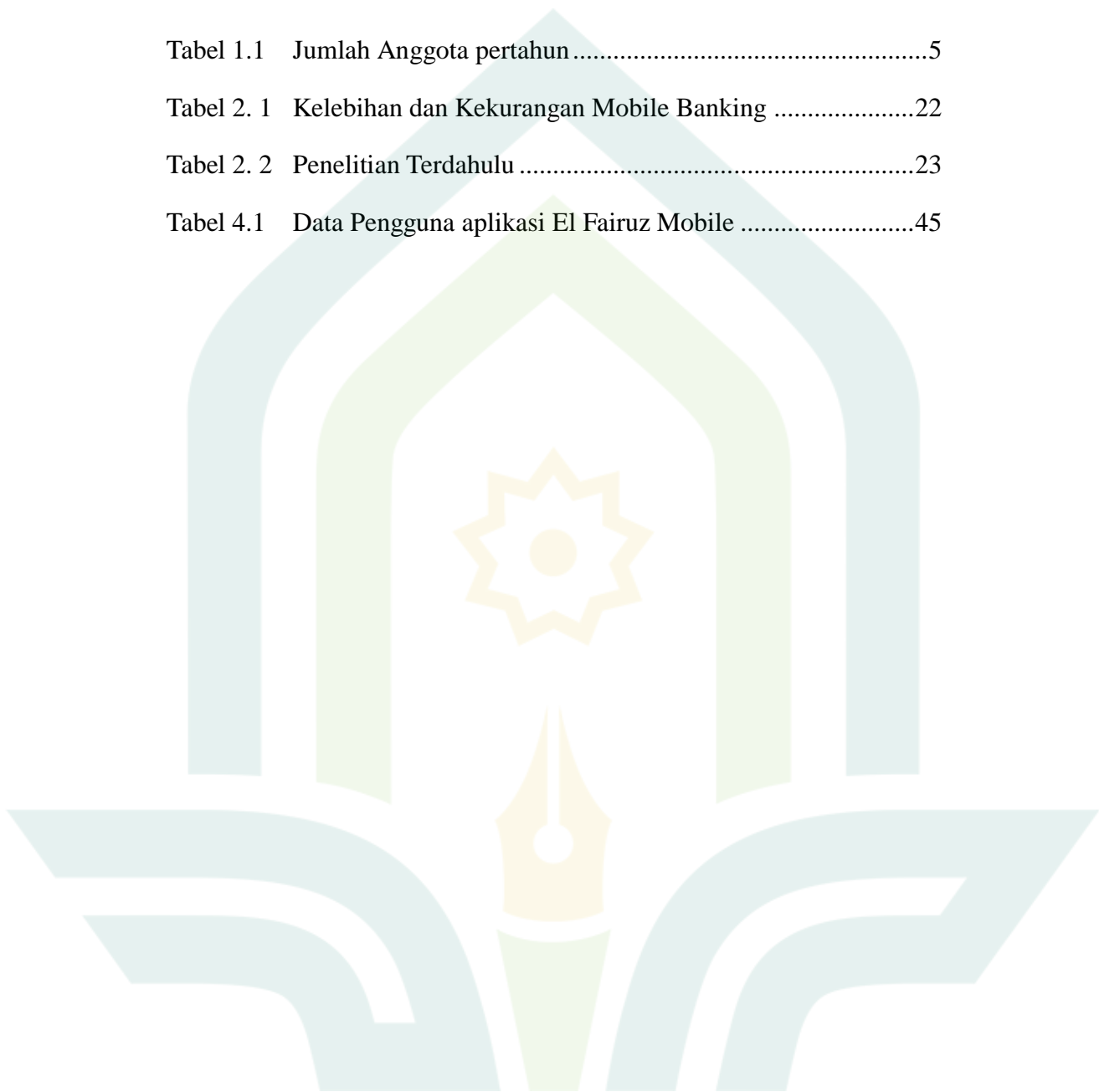
- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

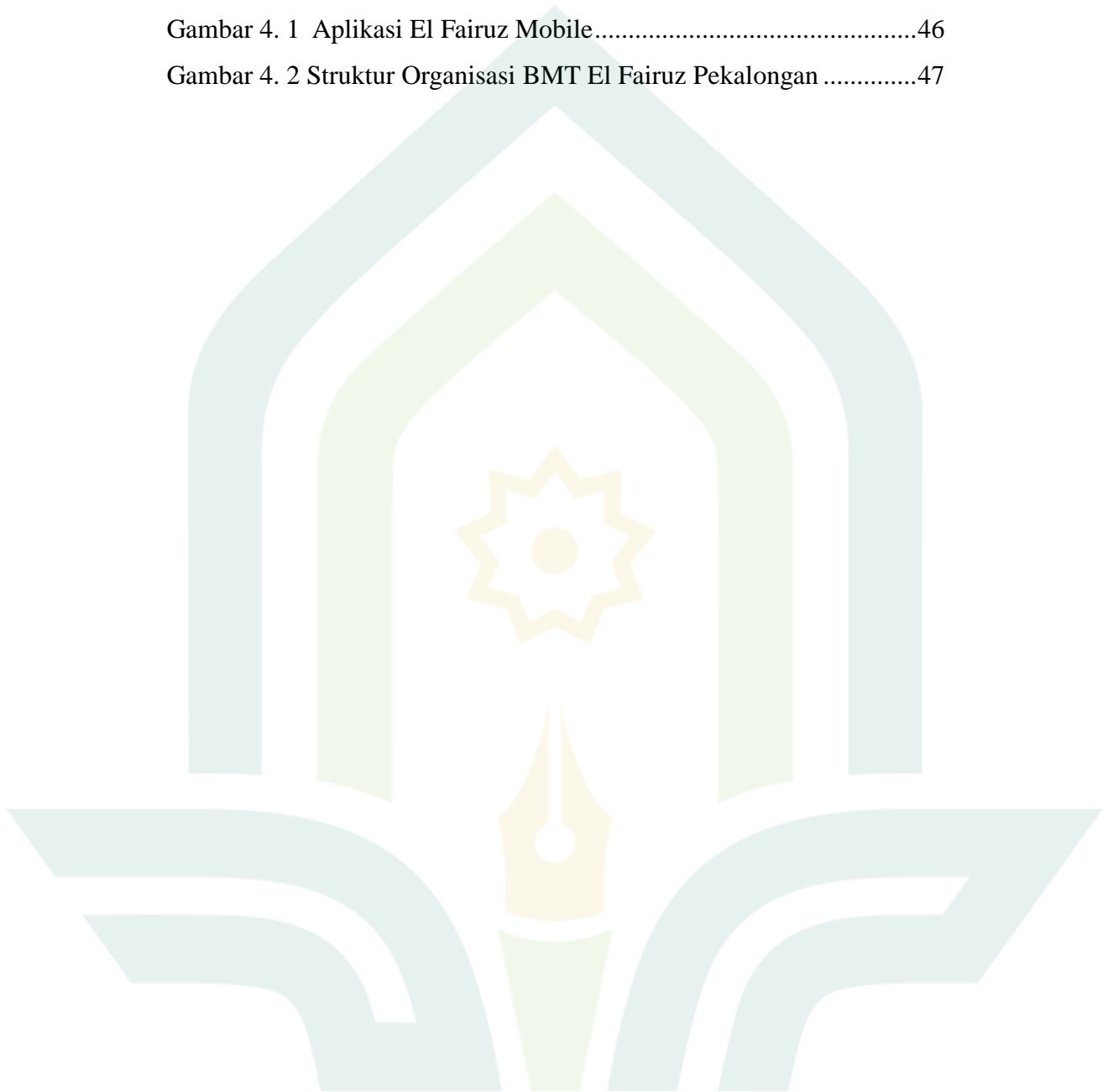
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Anggota pertahun	5
Tabel 2. 1	Kelebihan dan Kekurangan Mobile Banking	22
Tabel 2. 2	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1	Data Pengguna aplikasi El Fairuz Mobile	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Aplikasi El Fairuz Mobile.....	46
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi BMT El Fairuz Pekalongan	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara	I
Lampiran 2 Foto Dokumentasi Wawancara	VIII
Lampiran 3 Surat Pengantar Penelitian	XI
Lampiran 4 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian	XII
Lampiran 5 Daftar Riwayat Penulis	XIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi saat ini begitu pesat, ditandai dengan adanya bermacam tipe instrumen khusus, misalnya telepon seluler, di mana tiap orang dapat mengerjakan, memproduksi, mengirim dan menerima catatan, kapan pun dan di mana juga dengan membayar sedikit. pikiran ke kenyataan, 24 jam tanpa henti. Sebanding berlaku guna dunia keuangan. Peningkatan cepat inovasi ini bekerja dengan pergantian di dunia finansial. Bursa dapat memanfaatkan inovasi berplatform PC dan dapat menggunakan ponsel. Dengan organisasi PC ini, hubungan atau korespondensi kita dengan klien jadi lebih cakap, efisien dan kilat (Jannah et al., 2022).

Saat sebelum ditemuinya teknologi digital, transmisi elektronik terbatas diteknologi analog. Suatu teknologi yang mengantarkan informasi di dalam bentuk sinyal elektronik dari seluruh berbagai frekuensi ataupun pula amplitudo yang ditambahkan ke gelombang pembawa frekuensi tertentu. Siaran dan transmisi telepon dengan dengan cara konvensional itu memakai teknologi analog. Teknologi digital ini ialah sesuatu perlengkapan yang tidak lagi memakai daya orang dengan dengan cara manual, namun lebih pada sistem pengoperasian yang otomatis dengan memakai sistem komputerisasi ataupun juga juga format yang bisa ataupun dapat dibaca oleh pc. Teknologi digital pada dasarnya hanyalah suatu sistem dari penghitung yang amat cepat yang kemudian memproses semua bentuk informasi itu ialah selaku nilai numerik(ataupun kode digital). Karakter dari digital ini kalau seluruh informasi serta konten yang terdapat di dalam media terkini sesungguhnya ialah data- data yang bersifat digital serta bukan raga semacam seperti alat massa yang berbentuk koran, atau yang yang lain. Konten digital pada dasarnya merupakan informasi pc, ataupun informasi elektronik yang berbentuk angka- angka yang bisa diterjemahkan

oleh pc ataupun fitur keras yang bisa mengganti informasi itu bisa dimengerti oleh konsumen komputer (Izza, 2022).

Perkembangan teknologi digital dan telekomunikasi dimanfaatkan oleh perusahaan perbankan syariah ialah aplikasi layanan *Mobile Banking* serta *Internet Banking*, dimana kegiatan itu bisa dicoba lewat sambungan internet. Pada masa informasi digital dikala ini membagikan akibat pergantian pada sikap pelanggan dalam melaksanakan seluruh bisnis, dimana pelanggan amat mengedepankan pandangan kemanfaatan, keamanan, kemudahan, fleksibilitas, efisiensi, serta kesahajaan. Alhasil pengaruhi nyaris semua pandangan kehidupan serta kegiatan manusia (Kurnia, 2020).

Bagi Thomas Jul berlaku seperti presiden Ericsson Indonesia menyampaikan kalau penetrasi smartpone di Indonesia pada tahun 2015 sebesar 38% serta diperkirakan sampai 2021 hendak bertambah jadi 98%. Thomas jul pula menyampaikan Indonesia ialah negeri paling tinggi di Asia Tenggara serta Oceania, terdaftar dengan nyaris 100 juta pengguna di tahun 2015 serta diprediksi berkembang jadi 250 juta klien smartpone di akhir 2021. Perihal itu berbanding lurus dengan penekanan konsumen internet di Indonesia. Hasil survey yang dicoba oleh Asosiasi penyelenggara jasa internet(APJII) Tahun 2018 menggapai 171, 17 juta jiwa selama tahun kemudian. Nilai ini naik 10, 12 dibanding dengan jumlah masyarakat tipe BPS sebesar 264, 16 juta jiwa hingga dapat dibilang telah terdapat 64, 8% masyarakat Indonesia telah mengakses internet. Survei yang dicoba selama tahun 2016 menciptakan kalau 132, 7 juta orang di Indonesia sudah tersambung ke internet. Ada pula keseluruhan masyarakat Indonesia sendiri sebesar 256, 2 juta orang. Perihal ini mengindikasikan kenaikan 51, 8% dibanding dengan konsumen internet tahun 2014 kemudian. Memandang kejadian atensi orang sedemikian itu bersemangat dalam memakai internet. perihal itu mengindikasikan kalau teknologi ialah bagian inti dari kemajuan strategi bidang usaha. Oleh sebab itu, dikala ini perusahaan perbankan terus menjadi gencar dalam membuat sistem yang

mencampurkan antara teknologi data dengan Financial, Salah satunya *mobile banking* (Kurnia, 2020).

Mobile banking ialah layanan pelayanan perbankan yang diadakan oleh bank termasuk bank syariah biar pihak nasabah dapat melaksanakan bisnis setiap saat, tanpa harus datang langsung ke bank ataupun meja Teller. *Mobile banking* bermaksud guna tingkatkan jasa pada anggota, penuhi kemauan pasar, berikan keringanan pada badan dalam berbisnis. Terdapat sebagian fasilitas yang disediakan yang bisa dipakai anggota pada aplikasi *mobile banking* semacam dapat mengirim uang(transfer) antar rekening ataupun antar bank lain, melunasi tagihan telepon rumah, listrik, cicilan angsuran rumah, mobil, motor, pembayaran berbelanja online ataupun pinjaman apapun setiap bulan ataupun asuransi jiwa, asuransi mobil, serta bisnis non- finansial yang lain yang bisa dipakai hanya lewat *smartphone* (Junaedi & Neneng, 2023).

Mobile banking memiliki sebagian keunggulan salah satu diantaranya ialah dengan terdapatnya aplikasi *mobile banking* anggota bisa dengan gampang melakukan transaksi perbankan yang bisa diakses dimanapun serta kapanpun seperti cek saldo, transfer antar bank ataupun kesesama bank, melakukan pembelian ataupun pembayaran serta transaksi yang lain. Tidak hanya itu, layanan *mobile banking* pula bisa kurangi bayaran bisnis di dalam bank itu alhasil seluruh transaksi bisa dicoba dengan cara kilat, pas serta efisien. Sejak diluncurkannya aplikasi *mobile banking*, aplikasi ini sedang memiliki banyak kekurangan. Namun, idealnya *mobile banking* membagikan kemudahan pada anggota guna melaksanakan bisnis serta memperoleh informasi lewat aplikasi *mobile banking* dan pribadi serta keamanan informasi anggota pengguna *mobile banking* wajib aman keamanannya (Faturrozhah, 2021).

Dari sekian banyak lembaga keuangan syariah, BMT juga mempunyai layanan aplikasi *mobile banking* tidak hanya perbankan saja yang mempunyai layanan aplikasi *mobile banking*. Seperti BMT El Fairuz Pekalongan yang mempunyai aplikasi

mobile banking, semacam halnya perbankan yang menggunakan layanan *mobile banking*, layanan itu hendak semakin mempermudah anggota dalam melaksanakan transaksi tanpa mendatangi kantor layanan, anggota bisa melaksanakan berbagai macam transaksi finansial. BMT El Fairuz ialah lembaga finansial yang terkini berdiri pada tahun 2008 serta memperoleh akta pendirian pada tahun 2009. Tetapi bagi Mu' Min Al Gani, saat ini BMT El Fairuz sudah mengalami perkembangan yang amat cepat sampai memiliki cabang yang terletak di Landungsari, Kota Pekalongan dan sudah memiliki ribuan pelanggan baik di wilayah Kota serta Kabupaten Pekalongan ataupun di luar Pekalongan.

Oleh sebab itu, salah satu layanan terkini yang dikeluarkan oleh Koperasi BMT El Fairuz merupakan layanan bisnis El Fairuz Mobile. El Fairuz Mobile ialah salah satu alat layanan dari product IBS e- Channel guna anggota lembaga finansial mikro supaya bisa melaksanakan transaksi finansial elektronik memakai *smarthphone*. Transaksi dapat dicoba dengan cara online, antara lain Cek Saldo Tabungan atau Simpanan, Informasi Mutasi Rekening Tabungan, Data Riwayat Kredit atau Pinjaman, Data Saldo Deposito, Pembayaran semacam Jastel, PLN Postpaid, PLN Nontaglis, BPJS, Pembelian semacam Pembelian Pulsa, Pembelian Token Listrik, Transfer Sesama LKM serta Antar LKM. Guna lebih mengoptimalkan serta tingkatkan atensi anggota pada pengguna aplikasi El Fairuz *mobile* hingga program yang dicoba oleh pihak bank ialah menjual produk itu. Pada dasarnya penjualan El Fairuz *mobile* idealnya tidak terbebas dari terdapatnya jaringan internet, mengenang aplikasi El Fairuz *mobile* itu sendiri ialah aplikasi online. Aplikasi ini bisa diakses dengan gampang oleh anggota pada Playstore, Blackberry World, serta Appstore. Sehingga, konsumen *smartphone* bisa mengakses serta mengunduh aplikasi El Fairuz *mobile* ini dengan gampang serta kilat. Berikut data jumlah anggota BMT El Fairuz Pekalongan

Tabel 1.1
Jumlah Anggota pertahun

Jumlah Anggota	Tahun
4.583	Desember 2017
8.017	Desember 2023
8.592	Oktober 2024

Selain itu dengan adanya El Fairuz *mobile* bisa memberikan kemudahan kepada anggota dalam bertransaksi sehingga anggota bisa melakukan transaksi kapanpun serta dimana saja. Pentingnya menggunakan layanan El Fairuz *Mobile* untuk mempermudah penggunaannya dan lebih mudah untuk cek saldo melalui handphone, dan melalui *mobile banking* juga bisa digunakan untuk metode pembayaran. Aplikasi El Fairuz *Mobile* memungkinkan BMT El Fairuz Pekalongan untuk menjangkau anggotanya secara lebih efektif, memberikan informasi terkini dan menawarkan berbagai produk dan layanan secara langsung. El Fairuz *Mobile* dapat diakses oleh anggota selama 24 jam dan lebih praktis dan efisien karena tidak perlu datang ke kantor, transaksi lebih cepat (Junaedi & Neneng, 2023).

Setiap perusahaan, baik yang bergelut di bidang produk atau pelayanan, memiliki tujuan guna tetap hidup serta berkembang. Kondisi pertumbuhan bisnis saat ini ini lumayan besar, dimana bisa diamati dari tumbuhnya perusahaan- perusahaan dengan produk yang semacam selaku pesaing, sehingga akan terjalin kompetisi dalam memperebutkan pangsa pasar serta pelanggan. Dalam perihal ini industri seharusnya mengenali pasar, dimana produk ataupun pelayanan yang di produksi hendak di tawarkan ataupun di pasarkan. Faktor- faktor yang mempengaruhi minat anggota dalam menggunakan layanan aplikasi El Fairuz *mobile* dan strategi yang efektif memungkinkan BMT El Fairuz guna mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien guna mempertahankan dan mengembangkan pangsa pasar di era digital ini (Anggitaningsih, 2019).

Oleh sebab itu, pentingnya implementasi strategi pemasaran melalui aplikasi *El Fairuz Mobile* didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin terbiasa dengan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Strategi pemasaran memiliki peranan penting guna mencapai keberhasilan upaya, oleh sebab itu aspek penjualan berfungsi besar dalam mewujudkan rencana usaha. Perihal ini bisa dicoba, bila perusahaan mau menjaga serta tingkatkan pemasaran produk ataupun pelayanan yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi penjualan yang cermat lewat eksploitasi kesempatan dalam meningkatkan penjualan, alhasil posisi ataupun peran industri di pasar bisa ditingkatkan ataupun dipertahankan. Sehubungan dengan perihal itu pelaksanaan pemasaran modern ini memiliki andil yang besar selaku penunjang langsung kepada peningkatan laba perusahaan. Strategi penjualan harus bisa berikan cerminan yang nyata serta terencana mengenai aktivitas yang hendak dicoba perusahaan dalam mengoptimalkan tiap peluang ataupun kesempatan pada sebagian pasar target (Anggitaningsih, 2019).

Dengan begitu, tujuan itu bisa digapai dengan upaya menjaga serta tingkatkan profit ataupun keuntungan perusahaan. Upaya yang biasa dicoba guna tingkatkan keuntungan perusahaan ialah dengan mencari serta membina badan, dan usaha memahami pasar. Upaya itu tidak bebas dari andil bagian pemasaran perusahaan dalam melaksanakan strategi yang baik buat bisa memakai peluang ataupun kesempatan yang terdapat dalam penjualan, alhasil posisi industri di pasar bisa dipertahankan sekalian ditingkatkan (Anggitaningsih, 2019).

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka penulis tertarik guna meriset lebih dalam mengenai strategi yang dipakai oleh BMT *El Fairuz* guna memasarkan aplikasi *El Fairuz Mobile*. Sehingga penulis melakukan riset lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan mengambil judul **IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENGUNAAN APLIKASI *EL FAIRUZ MOBILE* PADA BMT *EL FAIRUZ PEKALONGAN*.**

B. Rumusan Masalah

Bersumber uraian yang terdapat pada latar belakang diatas, maka pokok masalah dalam riset ini ialah:

1. Bagaimana strategi pemasaran dan penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile* di BMT?
2. Bagaimana sistem layanan aplikasi El Fairuz *Mobile* dalam menarik minat anggota di BMT?
3. Bagaimana dampak pengguna layanan Aplikasi El Fairuz *Mobile* di BMT?

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup penelitian dilakukan guna mempermudah pemecahan masalah yakni “Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Penggunaan Aplikasi El Fairuz *Mobile* Pada BMT El Fairuz Pekalongan”

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakekatnya ialah harapan atau sesuatu yang hendak dicapai yang bisa dijadikan arahan atas apa yang harus dilakukan dalam riset. Adapun yang menjadi tujuan dalam riset ini ialah:

- a. Untuk menjelaskan strategi pemasaran dan penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile* di BMT
- b. Untuk menjelaskan sistem layanan aplikasi El Fairuz *Mobile* dalam menarik minat anggota di BMT
- c. Untuk menjelaskan dampak penggunaan layanan El Fairuz *Mobile* di BMT

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberkan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis ini guna menambah kajian ilmiah. Manfaat riset dalam tulisan ini ialah agar bisa menjadi tambahan literatur atau referensi dan menambah ilmu pengetahuan penulis serta pembaca mengenai implementasi

strategi pemasaran melalui penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile* pada BMT El Fairuz Pekalongan

b. Manfaat Praktis

Bagi pihak BMT El Fairuz Pekalongan, dengan adanya penelitian ini maka di harapkan mampu untuk menjadi sumbangan pemikiran serta beberapa masukan dalam upaya melakukan penelitian terhadap pentingnya strategi pemasaran pada penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile*.

Selain itu, manfaat adanya penelitian ini bagi peneliti diantaranya mampu untuk memberikan pengetahuan tentang implementasi strategi pemasaran melalui penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile*. Sementara itu, bagi pihak akademis maka penelitian ini di harapkan mampu untuk menjadi salah satu referensi bagi rekan-rekan yang membutuhkan. Penelitian mampu di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang implementasi strategi pemasaran melalui penggunaan aplikasi El Fairuz *Mobile*.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam langkah peneliitian in, terlebih dahulu disampaikan sistematika untuk memudahkan dalam memahami isi penelitian ini sebagai acuan dalam berpikir secara sistematis. Maka penelitian ini terdiri atas lima bab pembahasan. Berikut rancangan sistematika pembahasan yang dilakukan oleh peneliti:

Bab I Pendahuluan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah. Rumusan masalah yang berisi pertanyaan tentang ruang lingkup masalah yang diteliti. Batasan masalah serta terdapat pula tujuan dan manfaat penelitian yang dengan harapan penelitian ini dapat berguna bagi berbagai pihak.

Bab II Landasan Teori. Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang dibutuhkan dan relevan dengan penelitian. Selain itu juga terdapat penelitian terdahulu yang menjadi tolak ukur dalam penelitian ini, serta terdapat juga kerangka pemikiran berdasarkan pada permasalahan yang akan dikaji lebih lanjut.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini menguraikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini seperti jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian lapangan, pendekatan penelitian yaitu menggunakan penelitian kualitatif, setting penelitian yaitu di BMT El Firuz Pekalongan, data dan sumber data yaitu data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dokumentasi, dan metode analisis data yaitu menggunakan triangulasi sumber serta sistematika pembahasan.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi/objek penelitian, dan peneliti akan menjabarkan tentang hasil analisis data yang telah dilakukan berdasarkan atas data hasil wawancara. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti akan berpedoman pada landasan teori yang disusun pada bab II, dengan melakukan analisis data ini maka rumusan-rumusan masalah yang telah disusun pada bab I akan terpecahkan.

Bab V Penutup. Bab ini meliputi kesimpulan yang diperoleh atas hasil wawancara dan saran dari penulis yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bersumber hasil penelitian yang dilakukan penulis pada skripsi ini, maka bisa diambil kesimpulan dari jawaban atas rumusan masalah pada penelitian, antara lain sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran BMT El Fairuz pada aplikasi El Fairuz *Mobile* terdiri dari beberapa langkah yaitu pertama melakukan pendekatan dengan anggota secara face to face menjelaskan dan menawarkan layanan aplikasi El Fairuz *Mobile*, yang ke dua setiap pembukaan rekening Tamara wajib menggunakan aplikasi El Fairuz *Mobile*, yang ketiga BMT juga menggali anggota lama yang belum menggunakan aplikasi tersebut untuk menggunakannya.
2. Sistem layanan aplikasi El Fairuz *Mobile* dalam menarik minat anggota yaitu telah memberikan kemudahan kepada anggota tanpa harus datang secara langsung ke kantor, sistem layanan pada aplikasi El Fairuz *Mobile* juga dapat memenuhi kebutuhan anggota dalam bertransaksi seperti membayar tagihan listrik melalui aplikasi tersebut.
3. Dampak pengguna pada aplikasi El Fairuz *Mobile* dampaknya sangat baik karena memberikan kemudahan bagi anggota dan karyawan. Kemudahan bagi anggota yaitu dengan aplikasi El Fairuz *Mobile* dapat melakukan transaksi tanpa harus mengunjungi kantor BMT dan bisa dikses kapan saja. Tetapi terdapat dampak negatif karena terkendala sinyal serta melakukan transaksi mengalami pending dan sistem eror.

B. Saran

1. BMT El Fairuz Pekalongan lebih meningkatkan lagi penerapan strategi pemasarannya terutama menggunakan media sosial, karna jaman saat ini diera digitalisasi masyarakat banyak menggunakan media sosial.

2. Untuk aplikasi *El Fairuz Mobile* lebih ditingkatkan lagi atau di Upgrade lagi sesuai dengan nilai-nilai syariah dan juga sesuai kebutuhan anggota.



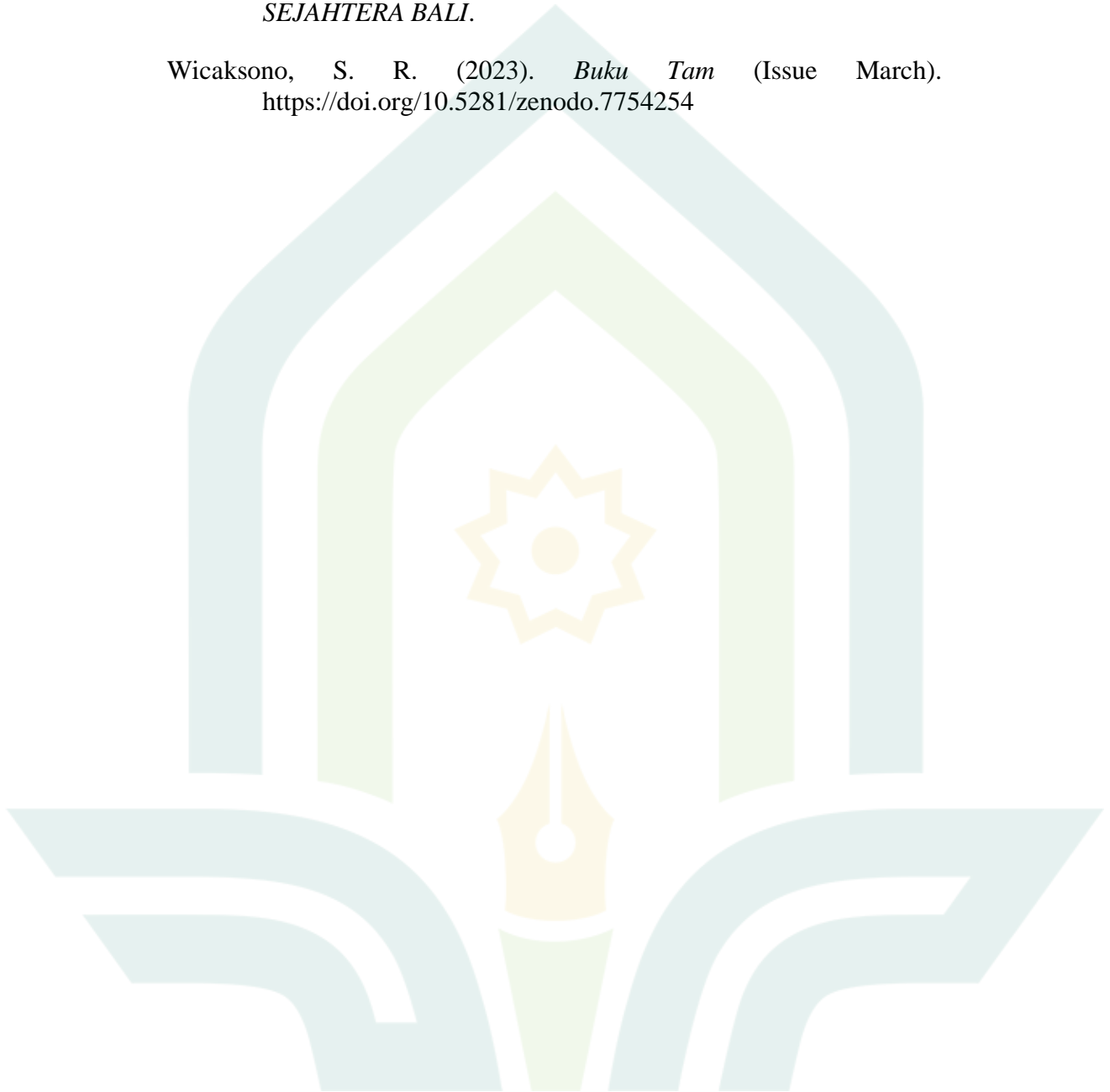
DAFTAR PUSTAKA

- Anggitaningsih, R. (2019). *Mobile UGT Dalam Meningkatkan Minat Nasabah*.
- Ariana, khasanah U. (2019). *Analisis Strategi Pemasaran Pada Aplikasi Mobile Banking Di BRI Syariah Kantor Cabang Madiun*.
- Ayu, H. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Fitur E-Commerce Pada Mobile Banking PT.Bank Syariah Indonesia KC Bengkulu S Parman 2*.
- Faturrozhiah Noer Syiva. (2021). Analisis Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking (Studi di Bank Syariah Indonesia KCP Pacitan). In *Undergraduate Thesis*.
- Faturrozhiah, S. N. (2021). *Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking*. iain Ponorogo.
- Grace, M., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori Dan Implementasi. In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Hamdiah, & Likdanawati. (2021). Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Mobile Banking (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri di Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 10(1), 1–8.
- Haryanto, M. M., & Rudy, D. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. [http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen Pemasaran Bank Syariah %28Rudy Haryanto%29 B5.pdf](http://repository.iainmadura.ac.id/id/eprint/356%0Ahttp://repository.iainmadura.ac.id/356/5/Manajemen%20Pemasaran%20Bank%20Syariah%20Rudy%20Haryanto%20B5.pdf)
- Hasanah, A. (2022). *Analisis Efektivitas Penerapan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Pada BSI KCP Kuala Batte Aceh Barat Daya)*.
- Izza, M. (2022). Implementasi Pemasaran Produk Baitul Mal Wa

- Tamwil (BMT) Berbasis Digital di Pekalongan. *E-Journal.Uingusdur.Ac.Id*, 2(1), 11–24. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/velocity/article/view/462%0Ahttps://e-journal.uingusdur.ac.id/velocity/article/download/462/388>
- Jannah, N. K., Alhusainah, R., & Ma'shum, A. H. (2022). Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada KSPPS BMT Bahtera. *Jurnal Bansri (Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 56.
- Junaedi, E., & Neneng, N. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Di Tangerang. *I-BEST: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 2(1), 13–32. <https://doi.org/10.36769/ibest.v2i1.338>
- Kurnia, N. (2020). Analisis Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang. *Analisis Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Minat Nasabah Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Yogyakarta Kaliurang*, 1.
- Masyithah, S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Online Pada Fitur MitraGuna Mobile Banking*.
- Muhammad, A. H. (2024). *Penerapan digitalisasi dalam meningkatkan pemasaran produk bank muamalat*.
- Purwaningsih, H. (2023). *Strategi personal selling pada aplikasi mobile banking di bank muamalat indonesia kcp ponorogo skripsi*.
- Selang, C. A. D. (n.d.). *ISSN 2303-1174 Christian A.D Selang, Pengaruh Bauran Pemasaran... 1(3)*, 71–80.
- Sulfiana Eka. (2020). *Penerapan Sistem Mobile Banking Dalam Peningkatan Pelayanan Nasabah Bank Sulselbar Cabang Barru*.

Titania, R. A. (2023). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA APLIKASI MOBILE BANKING DI PT . BPRS FAJAR SEJAHTERA BALI*.

Wicaksono, S. R. (2023). *Buku Tam* (Issue March).
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7754254>



Lampiran 5 Daftar Riwayat Penulis

DAFTAR RIWAYAT PENULIS

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Siti Uswatun Hasanah
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 5 Oktober 2001
3. Alamat : Desa Mejasem, RT 01 RW 05
Kec.Siwalan Kab.Pekalongan
4. No Hp : 085875514895
5. Email : iyushasanah238@gmail.com
6. Nama Ayah : Abdul Kadir
7. Pekerjaan Ayah : Pedagang
8. Nama Ibu : Elis Setyo Ningrum
9. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 01 Mejasem (2008-2014)
2. SMP N 01 Siwalan (2014-2017)
3. SMK N 01 Sragi (2017-2020)

C. PENGALAMAN MAGANG

Magang/PPL di KSPPS BMT BAHTERA TEGAL tanggal 1 September sampai dengan tanggal 18 November 2023

Pekalongan, 31 Oktober 2024



Siti Uswatun Hasanah