

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah pada Akad Tabungan Wadi’ah Melalui Sistem Pick Up Service (Studi Kasus BMT Al-Fataya Payakumbuh Cab. Guguak)**” yang disusun oleh **Riyan Guswanto, Nim 3321245**. Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Pick Up Service merupakan strategi pemasaran yang sangat membantu perusahaan dalam memasarkan maupun memperkenalkan usahanya kepada masyarakat yang lebih luas. Lebih jauh lagi *pick up service* adalah strategi yang digunakan untuk memberikan kemudahan, memberikan rasa kekeluargaan dengan membentuk keterikatan secara langsung dengan mendatangi lokasi nasabah tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi *pick up service* yang diterapkan BMT Al-Fataya Payakumbuh Cab.Guguak dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan wadi’ah. Latar belakang penelitian ini berangkat dari data fluktuasi jumlah nasabah yang mengalami penurunan pada tahun 2023 sebanyak 118 nasabah namun meningkat sebanyak 204 nasabah pada tahun 2024. Serta terobosan-terobosan didalam pemasaran hingga ke sekolah dan masjid.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan model *field research* yang bersifat deskriptif analisis yaitu dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian dilapangan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pihak BMT Al-Fataya Payakumbuh Cab.Guguak. Metode analisis data menggunakan teknik analisis dari Miles and Huberman dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *pick up service* yang ada di BMT Al-Fataya Cab. Guguak telah menggunakan sistem yang transparan didalam penerapan penjemputan tabungan dengan sistem pembukaan tabungan yang juga cepat serta peningkatan jumlah nasabah pada akad tabungan wadi’ah menggunakan sistem *pick up service* terbukti meningkat salah satunya disebabkan oleh faktor orang (*people*) dari bauran pemasaran 7P (*marketing mix*). Keberhasilan strategi ini didukung oleh pergantian karyawan *funding officer* pada tahun 2024 yang dilatar belakangi mempunyai motivasi dan semangat kerja yang tinggi. Selain itu bauran pemasaran lain seperti *product, price, place, promotion, process, physical evidence* membuat strategi ini lebih efektif didalam meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan, Pick up service, Bauran Pemasaran 7P