SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARIAH KCP METRO

Oleh:

DANES MAHENDRA EDO FADLI
NPM.1502100019

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARIAH KCP METRO

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)

Oleh:

DANES MAHENDRA EDO FADLI
NPM.1502100019

Pembimbing I : Dr. Mat Jalil, M.Hum
Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT. BRI SYARIAH KCP METRO**

Nama : **DANES MAHENDRA EDO FADLI**

NPM : 1502100019

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, November 2019

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Mat Jalil, M.Hum	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19620812 199803 1 001	NIP. 19790422 200604 2 002

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan Saudara Danes Mahendra Edo Fadli**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **DANES MAHENDRA EDO FADLI**
NPM : 1502100019
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT. BRI SYARIAH KCP METRO**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, November 2019

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Mat Jalil, M.Hum	**Zumaroh, M.E.Sy**
NIP. 19620812 199803 1 001	NIP. 19790422 200604 2 002

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 3715/In.28.3/D/PP.00.9/12/2019

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT. BRI SYARIAH KCP METRO, disusun Oleh: DANES MAHENDRA EDO FADLI, NPM: 1502100019, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Rabu/18 Desember 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Mat Jalil, M.Hum (.....)

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I (.....)

Penguji II : Zumaroh, M.E.Sy (.....)

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH PADA PT. BRI SYARIAH KCP METRO

Oleh:
DANES MAHENDRA EDO FADLI
NPM. 1502100019

Bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan syariah yang berfungsi sebagai lembaga intermediasi. Pada kegiatan nya, bank syariah menjalankan berdasarkan prinsip syariah, baik kegiatan pendanaan, pembiayaan, maupun produk lainnya. Kegiatan utama bank syariah adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Semakin banyaknya lembaga perbankan di Indonesia akan menyebabkan persaingan antar bank. Hal ini lah yang menuntut bank untuk melakukan inovasi-inovasi pada produk-produk yang diluncurkan guna menarik minat nasabah menempatkan dananya.

Salah satunya inovasi produk pada PT. BRI Syariah adalah produk Tabungan Impian. Produk Tabungan Impian ini menggunakan akad *mudharabah mutllaqah.* Tabungan Impian merupakan suatu bentuk tabungan berjangka yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya. Dengan menggunakan satu tabungan ini, nasabah dapat mewujudkan berbagai keinginannya. Tabungan ini merupakan suatu tabungan yang memiliki berbagai keunggulan yang dapat memuaskan nasabahnya. Tabungan impian merupakan tabungan yang penarikananya menggunakan jangka waktu tertentu. Sehingga menyebabkan jumlah nasabah tabungan impian lebih sedikit dibandingkan dengan tabungan lainnya.

Penelitian ini merupakan penlitian kualitatif dengan melakukan analisis data secara deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yakni analisis data kualitatif, karena data yang didapat berupa uraian-uraian atau keterangan-keterangan yang didapat dari kegiatan wawancara. Analisis data tersebut menggunakan cara berfikir induktif yaitu yaitu berangkat dari informasi tentang strategi pemasaran produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum tentang upaya peningkatan minat nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro pada produk Tabungan Impian BRI Syariah iB melalui strategi pemasaran.

Hasil penelitian yang telah peneliti lakukan diketahui bahwa strategi pemasaran tabungan impian dan upaya meningkatkan minat nasabah di PT. BRI Syariah KCP Metro menggunakan strategi pemasaran 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Dalam mempromosikan produk tabungan impian PT. BRI Syariah KCP Metro memberikan kelebihan diantaranya gratis biaya administrasi bulanan tabungan dan sudah tercover dengan asuransi.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Danes Mahendra Edo Fadli

NPM : 1502100019

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang diajukan dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2019

Peneliti

Danes Mahendra Edo Fadli

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلۡتَنظُرۡ نَفۡسٞ مَّا قَدَّمَتۡ لِغَدٖۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَۚ إِنَّ ٱللَّهَ خَبِيرُۢ بِمَا تَعۡمَلُونَ ١٨

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. "*[1]*(Q.S AL-Hasyr:18)*

[1] Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya Ayat Pojok Bergaris, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1989),437

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, rasa syukur yang selalu terucap kepada Allah SWT karena telah terselesaikan Skripsi ini dengan penuh rasa syukur, bahagia dan penuh cinta kasih saya persembahkan Skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Ibu Novi Rita dan Bapak Suyitno yang telah mendidik saya sejak kecil dengan penuh kasih sayang dan selalu mendoakan akan keberhasilan saya.
2. Adik saya Iqbal Juliansyah serta keluarga besar yang selalu mendukung dan mengharapkan keberhasilan saya.
3. Dosen pembimbing skripsiku Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum dan Ibu Zumaroh M.E.Sy yang selalu memberikan bimbingan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu dalam memperdalam ilmu Perbankan Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhaammad SAW yang semoga kelak kita diakui sebagai umatnya serta mendapat syafa'at dari Beliau.

Penulisan skripsi diajukan sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Pembimbing I, yang telah banyak meluangkan waktu serta pikiran selama peneliti menjadi mahasiswa di IAIN Metro.
5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy, selaku Pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktu serta pikiran selama peneliti menjadi mahasiswa di IAIN Metro.

6. Bapak Hendro Widodo selaku Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro, Bapak Tedi Amal Satria selaku *Branch Operational Supervisor* yang telah menjadi praktisi pendamping selama peneliti melakukan penelitian dan seluruh karyawan PT. BRI Syariah KCP Metro.
7. Teman-teman terdekat seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan demi terselesaikannya skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman kelas F dan teman-teman seangkatan S1 Perbankan Syariah tahun 2015.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syari'ah.

Metro, November 2019

Peneliti

Danes Mahendra Edo Fadli

NPM.1502100019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN NOTA DINAS ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
HALAMAN ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Pertanyaan Penelitian 9
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 9
1. Tujuan Penelitian 9
2. Manfaat Penelitian 9
D. Penelitian Relevan 10

BAB II LANDASAN TEORI **13**
A. Strategi Pemasaran Bank Syariah 13
1. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah 13
2. Tujuan Pemasaran Bank Syariah 14
3. Bentuk Strategi Pemasaran Bank Syariah 15
a. Penetrasi Pasar 16

b. Pengembangan Pasar 16
c. Pengembangan Produk 17
d. Diversifikasi Produk 17
4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 18
a. *Product* (Produk) 19
b. *Price* (Harga) 21
c. *Place* (Tempat) 22
d. *Promotions* (Promosi) 23
B. Tabungan Impian 23
C. Minat Nasabah 26
1. Pengertian Minat 26
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah 27
3. Tujuan Menarik Minat Nasabah 28
4. Pengukuran Minat 28

BAB III METODE PENELITIAN 30
A. Jenis dan Sifat Penelitian 30
1. Jenis Penelitian 30
2. Sifat Penelitian 31
B. Sumber Data 31
1. Sumber Data Primer 32
2. Sumber Data Sekunder 33
C. Teknik Pengumpulan Data 33
1. Wawancara (*Interview*) 34
2. Dokumentasi 35
D. Teknik Analisis Data 35

BAB IV TEMUAN HASIL PENELITIAN 37
A. Profil PT. BRI Syariah KCP Metro 37
1. Sejarah dan Perkembangan PT. BRI Syariah KCP Metro 37

2. Tabungan Impian BRI Syariah iB 41
B. Strategi PT. BRI Syariah KCP Metro Dalam Memasarkan Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB 48
C. Upaya PT. BRI Syariah KCP Metro Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB 58
D. Pembahasan 64

BAB V PENUTUP 75
A. Kesimpulan 75
B. Saran 77

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel Perbandingan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di PT. BRI Syariah KCP Metro 6
2. Bentuk Pemasaran Bank Syariah 15

DAFTAR GAMBAR

1. Bauran Pemasaran di Bank Syariah 17
2. Struktur Organisasi PT.BRI Syariah KCP Metro 37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing
2. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Surat Research
6. Surat Tugas
7. Register Jumlah Nasabah Tabungan PT. BRI Syariah KCP Metro
8. Foto-Foto Saat Melakukan Wawancara
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah sebuah lembaga yang berfungsi sebagai perantara (*intermediasi*) antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana, memperlancar arus pembayaran dimana aktivitasnya bertujuan untuk meningkatkan taraf kehidupan rakyat, dengan hadirnya perbankan di tengah-tengah masyarakat, diharapkan mampu membantu dan mempermudah kegiatan perekonomian serta transaksi keuangan di masyarakat.[2]

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pada Bab I pasal I dan ayat 7 disebutkan bahwa, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatannya usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.[3]

Bank Syari'ah pada kegiatan nya memiliki tujuan untuk mensejahterakan kehidupan ummat. Dengan dilandaskan berdasarkan prinsip syariah, bank syariah diharapkan mampu menjadi pembeda dengan bank lainnya. Prinsip syariah yang di maksud seperti menjalankan kegitan tanpa adanya sistem bunga (riba), dan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat yang memiliki usaha yang tidak bertentangan dengan syariat Agama Islam.

---

[2]Ismail, *Perbankan Syari'ah,* (Jakarta: Kencana, 2011), 29-30.
[3]Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,* (Bandung: Alfabeta, 2016), 21

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, persaingan akan produk tabungan sangatlah ketat. Hal ini terjadi karena dalam praktiknya, banyak Lembaga Keuangan Syariah baik bank maupun non bank yang menawarkan produk sejenis. Hanya saja penamaan dan keunggulan produk tabungan yang diberikan berbeda. Dengan adanya berbagai macam produk, diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat, dan masyarakat tentunya harus mampu membedakan atau memilih dengan baik jenis produk tabungan yag sesuai dengan kebutuhannya.

Produk *funding* terdapat pada semua bank syariah, salah satunya pada PT. BRI Syariah KCP Metro Ada berbagai jenis produk *funding* yang ditawarkan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro, salah satunya produk Tabungan Impian BRI Syariah iB. Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB merupakan produk simpanan berjangka dari PT. BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan.[4]

Produk tabungan impian BRI Syariah iB merupakan tabungan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Tabungan ini merupakan tabungan berjangka dari PT. BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya dengan terencana. Tabungan Impian merupakan tabungan yang dapat diambil dengan jangka waktu tertentu, yakni 1-20 tahun. Tabungan ini dapat membantu nasabah

[4] Wawancara dengan *Branch Operation Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 23 November 2018

dalam mewujudkan berbagai keinginan, seperti untuk pendidikan, pernikahan, dan lainnya untuk mempersiapkan kebutuhan di masa depan. [5]

Akad *Mudharabah Mutlaqah* adalah bentuk kerja sama bagi hasil ketika pemilik dana (*shahibul mal*) menyediakan modal 100 persen kepada pengusaha (*mudharib*) untuk melakukan aktivitas produktif dengan syarat bahwa keuntungan yang dihasilkan akan dibagi di antara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad.Dalam *mudharabah mutlaqah*, *shohibul maal* tidak memberikan batasan-batasan atas dana yang diinfestasikannya. *Mudharib* diberikan wewenang penuh mengelola dana tersebut tanpa terikat waktu, tempat, dan jenis usaha.[6]

Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* hadir dengan memberikan tawaran yang sangat memudahkan dengan saldo awal hanya Rp50.000 dan minimal setoran per bulan Rp50.000**,** nasabah sudah bisa menikmati berbagai fasilitas yang diberikan dari produk tabungan ini, seperti bebas biaya administrasi serta sudah dilindungi asuransi. Jangka waktu tabungan ini 12 sampai 240 bulan (kelipatan 12 bulanan) atau hingga usia penabung saat jatuh tempo maksimal. 65 tahun.[7]

Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB ini memfasilitasi nasabah untuk bisa menyiapkan dana naik haji, pernikahan, persalinan, pendidikan

[5]Wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 21 November 2018.

[6]Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta : Gema Insani, 2001), 150.

[7]Wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 21 November 2018.

anak, atau untuk persiapan dana hari tua yang dikelola dengan prinsip syariah, dengan keuntungan yang sangat banyak dalam sistem bagi hasil, menguntungkan kedua belah pihak. Dengan menggunakan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB ini, nasabah akan memiliki ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi.

Berikut ini merupakan persyaratan untuk pengajuan membuka rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB, yaitu :[8]

1. Calon Debitur merupakan Warga Negara Indonesia.
2. Usia minimal 17 tahun dan maksimal 65 tahun.
3. Kartu Identitas Asli (KTP/SIM/Paspor).
4. Wajib memiliki rekening Tabungan Faedah BRI Syariah iB.

Tabungan Faedah BRI Syariah iB merupakan produk simpanan dengan prinsip titipan *(wad'iah yad dhamanah)* yang diperuntukkan bagi nasabah yang menginginkan kemudahan serta kenyamanan dalam transaksi keuangan. Produk ini memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai prinsip syariah.

Nasabah yang ingin membuka produk Tabungan Impian BRI Syariah iB, terlebih dahulu harus memiliki Tabungan Faedah BRI Syariah iB yang nantinya, tabungan Faedah BRI Syariah ini dijadikan sebagai rekening tabungan induk dalam produk Tabungan Impian BRI Syariah iB karena dalam sistemnya, produk Tabungan Impian BRI Syariah iB menggunakan

[8] Wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 19 Desember 2019.

sistem *autodebet* setoran rutin tiap bulan, maka bagi nasabah yang tidak sempat untuk melakukan setoran langsung ke bank, akan diambil dari rekening Tabungan Faedah BRI Syariah iB setiap bulannya, sesuai dengan perjanjian besaran setoran rutin setiap bulannya.

Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB merupakan produk tabungan yang sangat praktis, simpel dan memiliki banyak keunggulan, diantaranya :

1. Biaya setoran awal dan setoran rutin tiap bulan yang sangat terjangkau, yakni mulai dari Rp 50.000.
2. Menggunakan 1 produk tabungan ini, dapat membantu mewujudkan berbagai keinginan nasabah.
3. Tidak ada biaya administrasi dan lain-lain.
4. Sudah tercover dengan asuransi.
5. Bagi hasil sebesar 75% - 25%. 75% untuk nasabah, 25% untuk pihak bank.
6. Pilihan jangka waktu yang mencapai 1 sampai 20 tahun.[9]

PT. BRI Syariah KCP Metro memiliki produk tabungan Impian BRI Syariah iB dengan berbagai keunggulan tersebut, diharapkan mampu menarik antusias masyarakat untuk membuka rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB ini. Sehingga masyarakat dapat merasakan berbagai fasilitas-fasilitas dan keunggulan pada produk Tabungan ini.

[9] Wawancara dengan *Branch Operation Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 23 November 2018

Berikut ini data jumlah nasabah produk Tabungan Impian dibandingkan dengan Produk Tabungan lainnya pada PT. BRI Syariah KCP Metro dilihat dari empat tahun terakhir.[10]

Tabel 1.1.
Tabel Perbandingan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di PT. BRI Syariah KCP Metro

No	Nama Produk	Tahun				Jumlah Nasabah 4 Tahun Terakhir
		2015	2016	2017	2018	
1	Tab. Faedah	4.821	5.763	6.837	7.803	25.224
2	Tab. Haji	2.498	3.348	4.216	5.112	15.174
3	Tab. Deposito	21	28	34	66	149
4	Tab. Impian	11	17	29	35	95

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa jenis Tabungan Impian BRI Syariah iB merupakan tabungan dengan tingkat jumlah nasabah yang paling rendah. Walaupun dari tahun ke tahun selama 4 tahun terakhir tabungan ini mengalami peningkatan, akan tetapi tidak mengalami peningkatan nasabah yang signifikan. Jumlah peningkatan nasabah pada tabungan impian setiap tahun tidak lebih dari 10 nasabah, bisa dikatakan meningkat tetapi tidak terlalu signifikan.

Usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tabungan Impian BRI Syariah iB, PT BRI Syariah KCP Metro sudah melakukan berbagai strategi pemasaran, diantaranya :

[10]Dokumentasi PT. BRI Syariah KCP Metro, diakses 23 November 2018

1. Advertising

   Melakukan kegiatan *advertising* atau periklanan untuk memberikan informasi mengenai produk Tabungan Impian BRI Syariah iB melalui media cetak seperti brosur, spanduk, dan lain-lain.

2. Grebek Pasar

   Melakukan kegiatan yang dinamakan "Grebek Pasar", kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mencari nasabah dengan cara berkunjung ke pasar-pasar di sekitaran Kota Metro.

3. Personal Selling

   Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pihak marketing secara perseorangan untuk menawarkan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB kepada masyarakat.

4. Open Table

   Open Table merupakan kegiatan yang dilakukan PT. BRI Syariah KCP Metro membuka stand pada saat hari-hari tertentu untuk memudahkan bertemu dengan masyarakat.

5. Free Administration (Gratis Biaya)

   Free yang dimaksud disini adalah Tabungan Impian BRI Syariah iB yang lebih murah jika dibandingkan dengan Bank Syariah yang lain. Dikatakan lebih murah karena dengan menggunakan setoran awal dan setoran rutin tiap bulan minimal sebesar Rp 50.000, nasabah sudah dapat

merasakan berbagai keutungan dalam menggunakan produk tabungan ini.[11]

Pada praktiknya yang terjadi di lapangan, terdapat berbagai kendala dan permasalahan dalam memasarkan produk tabungan ini kepada masyarakat, sehingga mengakibatkan kurang nya minat nasabah pada produk tabungan impian. Berbagai kendala tersebut yaitu :

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB yang dapat membantu nasabah mewujudkan impian nya.
2. Untuk membuka Tabugan Impian, harus terlebih dahulu memiliki rekening Tabungan Faedah.
3. Persaingan antar produk semakin ketat, disebabkan nasabah sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk perbankan yang satu dengan yang lainnya.
4. Banyak masyarakat yang sudah memiliki jenis tabungan serupa di bank lain.
5. Tabungan Impian BRI Syariah iB merupakan tabungan berjangka yang tidak dapat di ambil sewaktu-waktu, karena pola pikir masyarakat saat menabung dapat di ambil sewaktu-waktu.

Kondisi di atas membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB dan Upaya Peningkatan Nasabah di PT. BRI Syariah KCP Metro".

[11] Wawancara dengan *Account Officier* (AO) PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 23 November 2018

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut : Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan PT. BRI Syariah KCP Metro dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan Impian BRI Syariah iB ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Sesuai dengan pertanyaan penelti yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan PT. BRI Syariah KCP Metro dalam meningkatkan minat nasabah pada Tabungan Impian BRI Syariah iB.

2. Manfaat Penelitian

   Selain mempunyai tujuan penelitian, penelitian ini juga mempunyai manfaat. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

   a. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, terutama dalam hal strategi pemasaran produk tabungan impian BRI Syariah iB dan upaya peningkatan nasabah pada PT. BRI Syariah KCP Metro.

   b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi praktisi PT BRI Syari'ah tentang strategi pemasaran produk tabungan impian BRI Syariah iB dan upaya peningkatan nasabah pada PT. BRI Syariah KCP Metro.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan yaitu mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan di bahas belum pernah di teliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.[12]

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Disini peneliti menunjukan dan mengemukakan tentang beberapa hasil penelitian itu antara lain:

Penelitian Mahdaleni dengan judul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi pemasaran dengan menggunakan metode *marketing mix* guna untuk mencapai tujuan pemasaran 4 unsur pemasaran yang terdiri dari : strategi produk (*product),* strategi harga (*price),* strategi promosi (*Promotion*), dan strategi saluran distribusi (*place).*[13]

Penelitian Likua Risman dengan judul Strategi Meningkatkan Funding Produk Tabungan Faedah di PT. BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono Lampung. Hasil dan fokus pada penelitian ini adalah bagaimana strategi

[12]Zuhairi, et.al, *Penulisan Karya Ilmiah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 27

[13]Mahdaleni, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro,* Tugas Akhir, (IAIN Metro, 2014)

yang digunakan PT. BRI Syariah KCP Sribhawono dalam upaya meningkatkan funding produk tabungan faedah.[14]

Penelitian Yuliawati dengan judul Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji iB BRI Syariah di PT. BRI Syariah KC. Tanjung Karang, penelitian ini mengkaji tentang bagaimana strategi pemasaran dengan menggunakan metode *marketing mix* guna untuk mencapai tujuan pemasaran produk tabungan haji.[15]

Penelitian Imam Jalaludin dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung survey pada Nasabah PT. BRI Syariah Cabang Cirebon. Penelitian ini mengkaji tentang faktor-faktor yang paling dominan yang mempengaruhi minat nasabah untuk menabung.[16]

Beberapa hasil penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ini memliki kajian yang berbeda, walaupun memliki memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Akan tetapi, dalam penelitian ini lebih ditekankan pada strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan impian dalam upaya meninggkatkan jumlah nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro.

Dilihat dari objek tabungan yang diteliti juga terdapat perbedaan, yang peneliti tulis mengkaji objek tabungan Impian, sedangkan beberapa penitian

---

[14]Likua Risman, *Strategi Meningkatka Funding Produk Tabungan Faedah di PT. BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono Lampung,* Tugas Akhir, (IAIN Metro, 2017)

[15]Yuliawati, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC. Tanjung Karang,* (IAIN Metro, 2017)

[16] Imam Jalaludin, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung survey pada Nasabah PT. BRI Syariah Cabang Cirebon,* (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2013)

di atas ada yang mengkaji objeknya tentang Tabungan Haji, Tabungan Wadiah, dan Tabungan Faedah.

Dilihat dari segi persamaan, penelitian relevan tersebut memiliki persamaan yakni pada tujuan bank untuk meningkatkan minat dan jumlah nasabah. Dilakukannya berbagai strategi dalam mengenalkan dan memasarkan suatu produk oleh bank pada ahirnya diharapkan masyarakat memiliki minat untuk menabung atau memilih produk yang di tawarkan oleh pihak bank.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Bank Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran Bank Syariah

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: produk *funding* (pengumpulan dana), orientasi pada pelanggan, peningkatan mutu layanan dan meningkatkan *fee based income*. Dengan demikian, strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. Yang dimaksud strategi pasar adalah penetapan secara jelas pasar bank syariah sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya.[17]

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan mengahadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasaran yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-

[17]Muhammad, *Manajemen Bank Syariah,* (Yogyakarta: UUP-AMP YKPN, 2005), Eds Revisi, 227-228.

cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan oragnisasi.[18]

2. Tujuan Pemasaran Bank

Pemasaran bank adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya.

Tujuan pemasaran bank syariah pada dasarnya sama dengan tujuan pemasaran bank secara umum, yaitu untuk:[19]

a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produksi yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Jadi, inti dari tujuan pemasaran bank syariah maupun bank secara umum adalah, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui beragam produk dan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah

[18] M. Nur Rinto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 78.
[19] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 194-195.

akan merasa puas dan diharapkan dapat menarik nasabah lainnya.Setiap produk yang di keluarkan oleh bank juga diharapkan dapat memudahkan aktifitas keuangan dan ekonomi nasabah.

3. Bentuk Strategi Pemasaran Bank Syariah

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, dalam hal ini Lembaga Keuangan Syariah Bank, harus mempunyai sebuah strategi sebelum melakukan kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran terdiri dari berbagai bentuk yang mungkin saja berbeda penggunaannya antara satu LKS dengan LKS lainnya. Namun, tujuan semua sama yaitu, untuk meningkatkan penjualan dan menghasilkan laba yang maksimal. Berikut ini akan diuraikan mengenai strategi yang dapat digunakan dalam pemasaran bank syariah.

Strategi yang dapat dipilih, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2

Bentuk Pemasaran Bank Syariah

Produk / Konsumen	Produk Lama	Produk Baru
Konsumen Lama	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk
Konsumen Baru	Pengembangan Pasar	Diversivikasi

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Penetrasi Pasar

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen atau nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran. Hal ini disebabkan karena:

1) Produk belum dikenal.
2) Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/nasabah sehingga tertarik pada produk mereka.
3) Konsumen tidak mengetahui kelebihan/keunggulan produk.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan penetrasi pasar, yaitu:

1) Menambah lokasi (*blocking area)* atau menambah staf penjualan.
2) Meningkatkan pelayanan yang cepat.
3) Meningkatkan upaya pengiklanan produk.
4) Melakukan promosi penjualan, seperti memberikan hadiah, bonus untuk anggota/nasabah berprestasi.

b. Pengembangan Pasar

Strategi ini dilakukan bila konsumen/nasabah yang telah ada, telah dianggap jenuh atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/nasabah baru yang secara geografis/demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya

yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan pasar, antara lain:

1) Menambah lokasi atau kantor cabang di daerah lain.
2) Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar.[20]

c. Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan/penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen/nasabah. Upaya yang dapat dilakukan, yaitu:

1) Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan terpendam dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah di masa yang akan datang.
2) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

d. Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar yang baru juga. Upaya yang dapat dilakukan, yaitu:

1) Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/konsumen baru.
2) Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.[21]

---

[20] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah,* (Yogyakarta: UUP-AMP YKPN, 2005), Eds Revisi, 232-233

4. Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)*

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang terdiri dari aspek produk, harga, lokasi dan promosi yang diolah komposisinya menjadi ideal dan dipergunakan oleh lembaga dalam pasar sasaran untuk mencapai tujuan. Secara sederhana hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bauran pemasaran dapat dilihat pada ilustrasi berikut ini.[22]

Gambar 1

Bauran Pemasaran di Bank Syariah

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu

[21] *Ibid.,*. 232-233.
[22] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, 234

sendri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.

Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsp yang sesuai dengan kebutuhan bank.[23]

Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran yang saat ini telah berkembang menjadi 4P (*product, price, place, promotion)*

a. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Pengertian produk menurut Kasmir dalam bukunya yang berjudul *"Manajemen Perbankan"* di kutip dari Philip Kotler adalah *sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.*[24]

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau di tempelkan pada produk

[23] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 213.
[24] Buchari Alma, *Kewirausahaan,* (Bandung: Alfabeta, 2013), 216

tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkusan dan servis sesudah penjualan.[25]

Dalam dunia perbankan startegi produk yang dilakukan adalah mengembankan suatu produk, yaitu:[26]

1) Penentuan Logo dan Moto

   Logo merupakan serangakaian ciri khas suatu bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat.

2) Menciptakan Merek

   Karena jasa memiliki keanekaragaman, maka setiap jasa harus memiliki nama, tujuannya agar mudah di kenal dan diingat pembeli. Nama merupakan salah satu dari bentuk dari merek. Penegrtian merek sering diartikan sebagai nama, istilah, simbol, disain, atau kombinasi dari semuanaya.

3) Menciptakan kemasan

   Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah atau bentuk tawaran produk yang dapat menarik perhatian para nasabah.

[25]M. Nur Rinto Al-Arifin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), 14-15.

[26] M. Nur Rinto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 146-147

4) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang diletakkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Label merupakan suatu ciri khas yang dimiliki produk tersebut.

b. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.[27]

Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat.[28]

Adapun tujuan penentuan harga oleh lembaga keuangan syariah ataupun perusahaan secara umum pada dasarnya sama, yaitu sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup; Apabila tujuan perusahaan dalam penentuan harga adalah untuk bertahan hidup, penentua harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya dalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran dengan harga murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

[27] M. Nur Rinto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah,* 15.

[28] Buchari Alma dan Donni Jun Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2014), 360

2) Untuk memaksimalkan laba; Penentuan harga bertujuan agar penjualan menigkat sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
3) Untuk memperbesar *market share*; *Yaitu* untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
4) Mutu produk; Tujuannya adalah memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.
5) Karena pesaing; Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing, tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produksi tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.[29]

c. *Place* (Tempat)

Dalam bisnis jasa bank, penentuan lokasi dimana bank akan beroprasi merupakan salah satu faktor yang penting. Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan amanah kepada seluruh nasabah

[29] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 229-230.

yang berhubungan dengan bank. Sehingganya dengan penentuan lokasi yang tepat, nyaman dan mudah di jangkau maka target pencapaian bank akan dapat diraih.

d. *Promotions* (Promosi)

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.[30]

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen/nasabah dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.[31]

B. Tabungan Impian

Tabungan *Mudharabah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah*. *Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*, yang perbedaan utama di antara

[30] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 246.
[31] M. Nur Rinto *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 15.

keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank dalam mengelola hartanya. Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Namun, di sisi lain, banksyariah juga memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (*trustee*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.[32]

Landasan hukum tabungan mudharabah dalam praktik perbankan disebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10.[33]

"Apabila telah ditunaikan sembahyang , maka bertebaranlah kamu di muka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung"[34]

Dari hasil pengelolaan dana mudharabah, bank syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian

[32]Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2004), 359-360.

[33]QS. Al-Jumu'ah (10)

[34] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya Ayat Pojok Bergaris, , (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), 442.

yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut. Dalam mengelola harta mudharabah, bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Di samping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan.[35]

Ketentuan umum tabungan *mudharabah* adalah sebagai berikut:

1. Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
2. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk dalam akad pembukaan rekening.
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

[35]Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana 2011), 89.

C. Minat Nasabah

1. Pengetian Minat

Minat adalah suatu rasa atau proses ketertarikan yang dirasakan oleh seseorang terhadap suatu produk, dan ingin mencoba, mengunakan atau mungkin memiliki produk tersebut.[36]

Minat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam bahasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa di dalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha untuk mendekati, mengetahui, memiliki, menguasai, atau berhubungan dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek. Adapun pengertian lain minat adalah suatu sikap subyek terhadap obyek atas dasar adanya kebutuhan. Minat juga penting dalam pengambilan keputusan. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang diinginkan. Minat merupakan kecenderungan yang sifatnya *konstan* atau tetap. Minat dan senang berbeda. Senang merupakan minat yang bersifat sementara sedangkan minat memiliki sifat yang tetap.[37]

---

[36] Doni Marlius," Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh*," Jurmak*, Vol.03. No. 01, April 2016: 12-22, 15.

[37] Pauji, Nawawi, Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah*", Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 6 No. 2, September 2015 pp.379-429, 404

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, yaitu :[38]

a. Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

b. Belajar

Belajar merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengalaman dan pengetahuan ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang.[39]

c. Sikap

Sikap merupakan suatu keadaan pada diri seseorang untuk bersikap suka atau tidak suka ketika dihadapkan kepada situasi tertentu.

d. Persepsi

Persepsi merupakan pemberian makna yang dialami pada setiap seseorang dalam memahami setiap informasi melalui panca indera nya.[40]

---

[38] Ratih Huriyyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*, (Bandung:Alfabeta,2010), 80.

[39]Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung:Alfabeta,2013), 70-71.

[40] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

3. Tujuan Menarik Minat Nasabah

Nasabah adalah setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi. Nasabah sangat berpengaruh terhadap kelanjutan suatu bank. Oleh karena itu, bank harus dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya agar dana yang diperoleh dari nasabah dapat diputar oleh bank yang nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank. [41]

Tujuan bank menarik minat nasabah ialah agar bank mendapatkan dana dari nasabah dan setelah itu dana yang berasal dari nasabah akan diputar dan digunakan kembali untuk memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang mengajukan pembiayaan.

4. Pengukuran Minat

Ada beberapa karakteristik nasabah yang dapat dijadikan indikator bahwa nasabah tersebut memiliki minat yang tinggi terhadap bank syariah, yaitu : [42]

a. Senantiasa melakukan pembelian ulang secara teratur. Dalam hal ini, nasabah senantiasa melakukan penyimpanan dana secara berulang minimal dua kali atau lebih dan teratur terhadap bank syari'ah yang diminatinya. Atau senantiasa mengajukan pembiayaan kepada bank syari'ah tertentu dan menjaga reputasi nasabahnya dengan

[41] *Ibid.*, 35

[42] Asep Suryanto, "*Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syari'ah di Kota Tasikmalaya,"* Iqtishoduna Vol. 6 No. 1April 2017, 97.

membayar cicilan pembiayaan sesuai perjanjian yang disepakati dengan bank syari'ah tersebut.

b. Merekomendasikan produk-produk bank syari'ah kepada orang lain. Artinya nasabah tersebut mengajak orang lain (calon nasabah baru) agar membeli produk-produk bank syari'ah. Dalam hal ini, secara tidak langsung mereka telah melakukan pemasaran produk-produk perbankan syari'ah dan membawa calon nasabah untuk bank syari'ah. Dengan mengajak orang lain untuk menggunakan produk-produk bank syariah, hal tersebut menandakan bahwa nasabah tersebut sudah percaya kepada pelayanan yang diberikan oleh pihak bank syariah, sehingga tidak ragu lagi untuk mengajak orang lain menggunakan produk bank syariah.

c. Tetap bertahan menjadi nasabah bank syari'ah dan tidak mudah terpengaruh oleh tarikan produk sejenis dari pesaingnya. Ia tetap bersama dengan bank syari'ah tersebut seburuk apapun orang menjelek-jelekannya.

Untuk mengukur minat nasabah terhadap suatu bank syariah, dapat dilihat dari nasabah tersebut melakukan transaksi/menggunakan jasa dan produk bank itu sendiri secara teratur atau tidak. Jika nasabah sering mengguanakan jasa dan produk bank syariah tersebut, dapat dikatakan minat nasabah terhadap bank syariah tersebut sangat baik, dan membuat tingkat kepercayaan nasabah kepada bank syariah tersebut menjadi tinggi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan secara rinci langkah-langkah yang akan ditempuh dalam melakukan penelitian untuk menjawab permasalahan yang ditetapkan, mulai dari penetuan jenis dan sifat penelitian, sumber data yang dijadikan pokok penelitian, teknik pengumpulan data.

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Ide penting penelitian lapangan adalah peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.[43]

Untuk memecahkan permasalahan dan mengetahui tentang bagaimana strategi yang digunakan PT. BRI Syariah KCP Metro dalam memasarkan produk Tabungan ImpianBRI Syariah iB untuk meningkatkan jumlah nasabah nya, peneliti mengadakan penelitian langsung di PT. BRI Syariah KCP Metro, tepatnya beralamatkan di Jalan AH. Nasution Kota Metro.

43Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), Eds Revisi, 26.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bermaksud untuk membuat pencandraan (deskripsi) mengena isituasi-situasi atau kejadian-kejadian.[44]

Pada penelitian ini, peneliti berupaya menguraikan atau memaparkan situasi atau kejadian yang diteliti berdasarkan data hasil survei dan membandingkan dengan pustaka yang ada.

Data yang dihasilkan dari penelitian ini, yaitu data kualitatif. penelitian kualitatif. Penelitian bersifat kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.[45] Dalam hal ini peneliti bermaksud memberikan deskripsi mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Impian BRI Syariah iByang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro.

B. Sumber Data

Sumber data merupakan bagian yang penting dalam penelitian. Dengan data inilah seseorang dapat menganalisis suatu masalah, menarik kesimpulan dan mencarikan solusi-solusi atas permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua yaknisumber data primer dan sekunder. [46]

---

[44]Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), Eds. 2, 76.

[45]Uhar Suharsaptra, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: PT Refika Aditama, 2012),. 181.

[46]Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 8.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, sumber data ini diperoleh langsung dari orang pertama, yaitu instansi atau perusahaan yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informan.[47] Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian langsung pada PT. BRI Syariah KCP Metro. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem), Branch Operation Supervisior (BOS), *Customer Sevice* (CS), *Account Officer* (AO), lima nasabah Tabungan Impian di PT. BRI Syariah KCP Metro, dan lima Masyarakat umum di Kota Metro.

Pemilihan nasabah tabungan Impian dan masyarakat potensial menjadi nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling. Purposive sampling* adalah teknik penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Walaupun demikian, untuk menggunakan teknik ini peneliti seharusnya orang yang pakar dalam karakteriistik populasi. Berdasarkan pengetahuan yang jeli terhadap populasi, maka unit-unit dianggap "kunci", diambil sebagai sampel penelitian. [48]

[47]M Burhan Bungin, *Metedologi Penelitian Kuantitatif;Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, (Jakarta: Kencana,2004), 122

[48]M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* , (Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), 118.

Sumber data primer sangatlah dibutuhkan karena akan menjadi sumber informasi penting yang bersumber dari seseorang yang berkitan langsung dengan lembaga keuangan atau bank yang diteliti.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Jadi Sumber data sekunder adalah sumber data penunjang atau pendukung yang berupa tulisan dan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini[49]. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian ada]lah buku-buku dari karangan M. Nur Rinto yang berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Islam***,** Kasmir yang berjudul *Manajemen Perbankan* dan Muhammad yang berjudul *Manajemen Bank Syariah*, dan dokumen register tanda terima nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro.

Sumber data sekunder dibutuhkan untuk menambah informasi yang sebelumnya sudah dijelaskan pada sumber data primer. Sumber data sekunder dapat menjadi penguat suatu informasi karena penjelasan yang di dapatkan bersumber dari buku-buku yang berkaitan dengan judul yang peneliti teliti.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan

[49] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:Rineka Cipta,2006), 129.

data.[50] Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancara.[51] Data-data yang diharapkan didapat oleh peneliti dalam wawancara ini adalah, hal-hal yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk.

Jenis wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu, wawancara semistruktur. Peneliti mengadakan tanyajawab kepada Bapak Hadi Susilo selaku Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem), bapak Teddy Amal Setia selaku Branch Operation Supervisior (BOS), Ibu Almira selaku *Customer Sevice* (CS), dan Bapak Deni selaku *Account Officer* (AO), lima orang Nasabah Tabungan Impian di PT. BRI Syariah KCP Metro, yakni Bapak ST, Bapak AD, Bapak HT, Ibu WW, Ibu AS, serta lima masyarakat umum di Kota Metro, diantaranya : Bapak YM, Bapak CR, Ibu MG, Ibu TI, dan Ibu YN.

[50] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 224.

[51] Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 105.

2. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan mengenai data pribadi responden.[52] Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data dengan cara penelusuran terhadap bahan pustaka yang menjadi sumber penelitian secara langsung yang meliputi arsip-arsip, produk-produk, profil PT. BRI Syariah KCP Metro, mencatat saat diadakan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak PT. BRI Syariah KCP Metro, dan dengan mengutip artikel di website PT. BRI Syariah. Dokumen yang dimaksud seperti register tanda terima nasabah, dan berbagai keunggulan dari produk tabungan yang sedang peneliti teliti yakni produk Tabungan Impian pada PT. BRI Syariah KCP Metro.

D. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumetasi dengancara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah di fahami oleh diri sendiri maupun orang lain.[53] Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kualitatif. Analisis data kualitataif adalah bersifat induktif, yaitu

[52]*Ibid*., 112

[53] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D,* (Bandung: Alfabeta, 2012), 244.

suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu.[54]

Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu berangkat dari informasi tentang strategi pemasaran produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum tentang upaya peningkatan minat nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro pada produk Tabungan Impian BRI Syariah iB melalui strategi pemasaran.

[54] *Ibid.*,245

BAB IV

TEMUAN HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. BRI Syariah KCP Metro

1. Sejarah dan Perkembangan PT. BRI Syariah KCP Metro

Akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT.BRISyariah secara resmi beroperasi. Aktivitas PT.BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. BRISyariah (*proses spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009.[55]

PT BRI Syariah membuka kantor cabang di Lampung pada tahun 2005, pada saat itu masih berbentuk Unit Usaha Syariah yang berlokasi di Jl. Kartini dan pada tahun 2010 pindah lokasi di Jl. Jendral Sudirman No 21 Enggal Bandar Lampung. Kemudian di tahun 2016 PT. BRI Syariah kembali melakukanrelokasi gedung ke wilayah kedaton tepatnya di Jalan Teuku Umar No. 17 A-B Kedaton Bandar Lampung.[56]

PT BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Metro sendri berdiri Pada tanggal 15 November 2010. Operasioanal PT. BRI Syariah Kantor

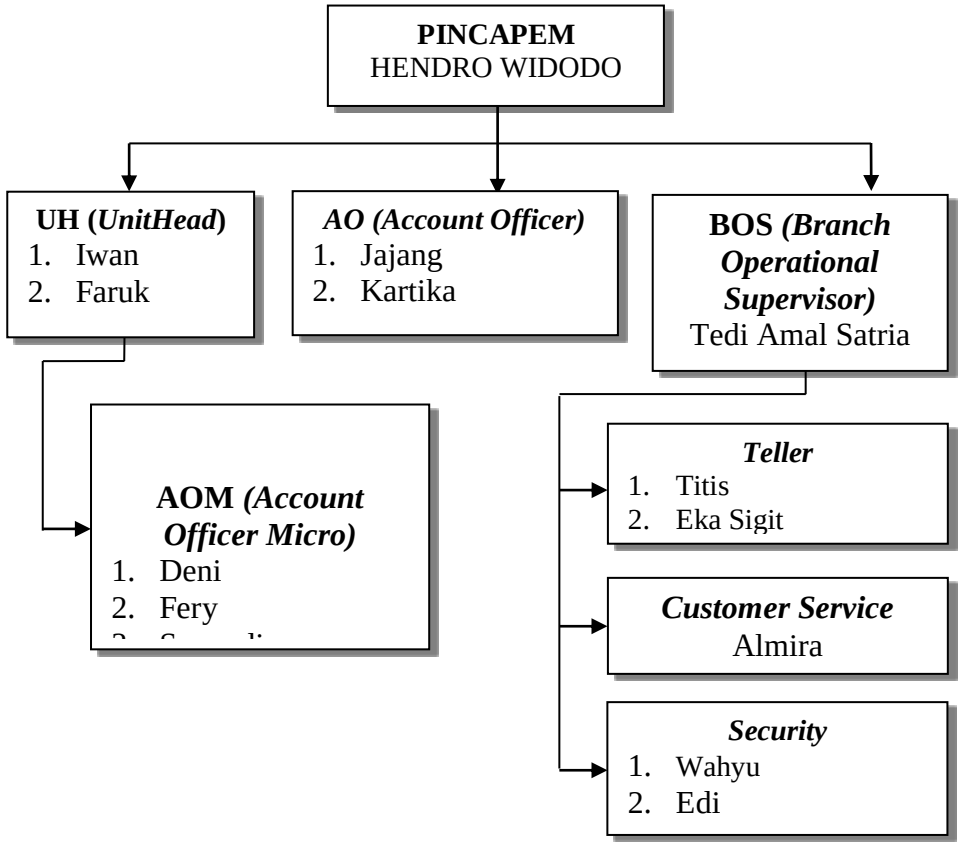
[55]Dokumentasi berupa website dari www.brisyariah.co.id, diakses pada hari Minggu, 6 Oktober 2019, pukul 20.15 WIB.

[56] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

Cabang Pembantu Metro beralamatkan di Jl. AH. Nasution No. 186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.[57]

a. Struktur Organisasi PT. BRI Syariah KCP Metro

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan di inginkan. Struktur organisasi PT. BRI Syariah KCP Metro sebagai berikut.[58]



Gambar 2
Struktur Organisasi PT.BRI Syariah KCP Metro

[57] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

[58] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

Berikut ini merupakan tugas dan wewenang dari setiap jabatan dan bagian yang ada di dalam struktur organisasi PT. BRI Syariah KCP Metro:[59]

1) Pimpinan Cabang Pembantu (Pincapem)

Bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dalam mengelola perseroan dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan perusahaan sebagaimana dimaksud dalam anggaran dasar perorangan dengan pedoman kepada kebijaksanaan pokok yang ditetapan oleh dewan komisaris dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Selain itu, Pincapem juga bertugas mewakili perseroan di dalam dan diluar pengadilan tentang segala hal dan segala kejadian.

2) *Unit Head* (UH)

Unit Head memiliki tugas dan wewenang mensurvei usaha nasabah yang akan ikut dalam pembiayaan, menandatangani atau yang bertanggung jawab atas pengajuan pembiayaan, serta mengawasi serta mengarahkan semua personil di bawahnya.

3) *Account Officer*

Account *Officer* memiliki tugas dan wewenang menyalurkan pembiayaan pada masyarakat yang membutuhkan, memproses permohonan pengajuan pembiayaan calon mitra hingga tuntas, melakukan survei dan taksiran agunan (jaminan),

[59] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

serta membina dan memelihara mitra Bank agar efektif dan memenuhi segala ketentuan yang ditetapkan oleh Bank berkaitan kelancaran pengembalian pembiayaan mitra kerja.

4) *Branch Operation Supervisor (BOS)*

*Branch Operation Supervisor (BOS)*memiliki tugas dan wewenangmengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang atau Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabahdapat ditangani dan diselesaikan secara *excellent*, dan memberikan dukungan kepada Manager Operasi dan Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan *support* di Cabang. [60]

5) *Account Officer Micro* (AOM)

Account Officer Micro (AOM)bertugas mempersiapkan dan melaksanakan rencana atas *account* pembiayaan untuk mencapai portofolio pembiayaan yang berkembang, sehat dan menguntungkan serta menjalankan disiplin proses sales dan melaksanakan proses marketing untuk segmen komersial khususnya pembiayaan mikro, serta memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan mikro dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan.

[60] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

6) *Teller*

Teller bertugas melayani nasabah untuk transaksi penyetoran danpenarikan tunai serta transfer untuk mencapai *service excellent*, memberikan dukungan kepada *supervisor branch operation*, operation manager, pimpinan cabang.

7) *Customer Service* (CS)

Customer Service (CS)memiliki tugas dan wewenang memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkanoleh nasabah atau calon nasabah, melayani nasabah dalam pembukuan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan untuk mencapai *service excellen*t.

8) Security

Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan atau yang membuat keonaran lingkungan, bertanggung jawab melindungi karyawan, nasabah, dan tamu dari ancaman gangguan keamanan atau kejahatan, membantu karyawan kantor dan melayani *customer* di saat jam kantor.[61]

2. Tabungan Impian BRI Syariah iB

a. Pengertian Tabungan Impian BRI Syariah iB

Tabungan Impian BRI Syariah iB adalah tabungan berjangka dari PT. BRI Syariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk

[61] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

mewujudkan impian para nasabah dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah,* yaitu pemilik memberikan hak kebebasan untuk mengelola dana kepada *mudharib.* Tabungan Impian BRI Syariah iB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi. Tabungan ini memberikan manfaat bagi nasabah yang ingin menyiapkan dana untuk melakukan persiapan ibadah haji, pendidikan anak, persalinan, simpanan hari tua dan lainnya, produk ini memiliki kelebihan premi asuransi gratis.

b. Syarat Pembukaan Rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB

PT. BRI. Syariah KCP Metro memberikan kemudahan dan tidak mempersulit calon nasabah yang ingin membuka rekening Tabungan Impian. Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pembukaan rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB, yaitu:[62]

1) Mengisi aplikasi pembukaan rekening.
2) Melampirkan foto kopi identitas diri.
3) Setoran awal minimal Rp 50.000 dan setoran rutin Rp 50.000 untuk setoran minimal setiap bulannya.
4) Usia saat pembukaan rekening diantara umur 17 tahun sampai 60 tahun.
5) Usia saat jatuh tempo 65 tahun.
6) Memiliki Tabungan Faedah BRI Syariah iB.

[62]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS), PT. BRI KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

c. Keuntungan Pembukaan Rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB

Keuntungan yang didapat dari pembukaan rekening tabungan impian BRISyariah iB, sebagai berikut:[63]

1) Tenang, dikelola dengan prinsip syariah.
2) Ringan, setoran awal maupun setoran rutin bulanan minimum Rp 50,000.
3) Fleksibel, pilihan jangka waktu mulai 1 tahun sampai 20 tahun sesuai dengan tujuan impian.
4) Praktis, tidak perlu datang ke cabang untuk melakukan setoran rutin bulanan dengan adanya *autodebet.*
5) Gratis biaya administrasi tabungan dan premi asuransi.
6) Aman, karena otomatis dilindungi asuransi jiwa.
7) Mudah, perlindungan asuransi otomatis tanpa pemeriksaan kesehatan.
8) Kompetitif, bagi hasil yang menarik.
9) Nyaman, dengan layanan berstandar tinggi dari BRISyariah dalam mengingatkan kedisiplinan untuk mewujudkan impian.

d. Akad Tabungan Impian BRI Syariah iB

Tabungan Impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro mengunakan akad *mudharabah muthlaqah.* Pihak PT. BRI Syariah KCP Metro dan nasabah akan melakukan *ijab* dan *qabul* yang dilakukan secara langsung dengan cara mengisi formulir

[63] Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

permohonan pembukuan rekening tabungan impian BRI Syariah iB yang menggunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

Bank sebagai penerima dana akan mengajukan syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Setelah calon nasabah memenuhi semua syaratnya, kemudian pihak bank meminta calon nasabah untuk mengisi formulir-formulir yang diperlukan dalam pembuatan rekening tabungan impian BRI Syariah iB. selanjutnya nasabah menyerahkan uang yang akan diinvestasikan kepada bank, dalam hal ini adalah pihak *teller.*[64]

Pihak nasabah dan bank sebelum melakukan akad *mudharabah muthlaqah*, bank akan menawarkan syarat-syarat yang harus dipenuhi agar ia dapat menjadi nasabah tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro.Setelah calon nasbah memenuhi syarat-syarat tersebut, maka secara langsung mereka akan melakukan akad *mudharabah muthlaqah*.

Ijab yang dilakukan oleh nasabah dengan mengisi formulir pembukaan rekening, kemudian menyerahkan uang kepada pihak bank. Di samping itu nasabah juga harus berniat bahwa dia melakukan akad *mudharabah muthlaqah*. Sedangkan *qabul* yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro, yaitu dengan menerima

[64] Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

secara langsung uang, yang kemudian ditulis dalam slip penerimaan setoran tabungan impian BRI Syariah iB.[65]

Peneliti dapatmenyimpulkan bahwa *sighat* ijab dan qabul dalam rekening tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro dengan cara tertulis.

e. Pembukaan rekening Tabungan Impian BRI Syariah iB

Pembukaan rekening bisa dilakukan dengan cara melampirkan foto kopi identitas diri seperti KTP/SIM yang masih berlaku. Apabila ada nasabah yang belum memiliki kartu identitas tetapi tertarik untuk membuka rekening tabungan impian BRI Syariah iB maka bisa menggunakan perwakilan dalam kepemilikan tabungan. Istilah untuk perwakilan tersebut adalah QQ (*Quality Qua*) yang berarti bertindak sebagai, mewakili, atas kuasa, di mana setelah nama nasabah yang akan membuka rekening tabungan QQ (*Quality Qua*) tersebut.[66] Contoh, Ade Anto adalah siswa PAUD yang akan membuka rekening tabungan impian BRI Syariah iB, karena belum mepunyai tanda pengenal maka dia harus memiliki wakil dan ibu Siti Fajar sebagai wakilnya. Sehingga pembukaan rekening harus menggunakan kartu identitas ibu Siti Fajar dan pada tabungan akan ditulis dengan nama Siti Fajar QQ.

[65]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

[66]Hasil Wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

f. Penyetoran Tabungan Impian BRI Syariah iB

Penyetoran tabungan impian BRI Syariah iB dapat dilakukan dengan cara *auto debet* dari tabungan faedah dan juga dapat menyetor melalui rekening tabungan impian secara langsung tetapi juga harus menabung pada tabungan faedah agar tidak terjadi jatuh tempo. dengan setoran rutin tiap bulan dengan setoran yang tetap. Setoran rutin minimal Rp 50.000 pada waktu yang ditentukan pula diawal.[67]

g. Pencairan Tabungan Impian BRI Syariah iB

Pencarian atau penarikan tabungan, penabung harus membawa atau menunjukan buku tabungan. Penarikan tabungan dilakukan pada jam kerja sesuai dengan perjanjian, nominal, jenis perencanaan dan tanggal pendebetan. Waktu pencairan minimal satu tahun dari pembukaan tabungan dan maksimal sampai dua puluh tahun. Jika nasabah ingin mengambil uangnya di tengah jalan maka akan dikenai *finalty* sebesar Rp 50.000. Nasabah mengisi slip penarikan dan menuliskan nama penabung, nominal uang yang akan diambil, jika tabungan diambil oleh bukan pemilik tabungan maka harus mencantumkan surat kuasa bermaterai.[68]

[67]Hasil wawancara dengan *Branch Operating Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

[68]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

h. Penutupan Tabungan Impian BRI Syariah iB

1) Penutupan tabungan hanya dapat dilakukan oleh penabung secara langsung dan tidak dapat diwakilkan kecuali si penabung meninggal dunia.

2) Penutupan tabungan terjadi karena beberapa hal yaitu: penabung ingin mengakhiri tabungan, jatuh tempo, secara tiga kali berturut-turut tidak menyetorkan tabungan, si penabung sudah meninggal dunia, umur penabung sudah melampui persyaratan.

3) Nasabah mengisi formulir penutupan rekening dan membawa foto kopi tanda pengenal, serta dibubuhi tanda tangan *teller* dan *costumer service.*

4) Nasabah menuju ke *teller* untuk penarikan atau pengambilan uang dan mengisi slip penarikan.

5) *Costumer service* betanggung jawab untuk melakukan perubahan status rekening.

6) Rekening tabungan sudah ditutup oleh *costumer service* dan tanda tangan yang tertera pada tabungan dipotong sebagai bukti bahwa nomor rekening dan buku tabungan sudah tidak aktif.[69]

i. Pembayaran premi asuransi jiwa

Pembayaran asuransi jiwa dilakukan apabila penabung mengalami kematian atau kecelakaan yang parah. Jumlah premi yang dibayarkan berbeda-beda sesuai dengan waktu dan jumlah

[69]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

setoran bulanan. Permohonan klaim asuransi akan dibayarkan paling lama adalah 6 bulan sejak meninggal dunia, apabila klaim melebihi waktu yang ditentukan dapat ditolak kecuali ada alasannya. Dokumen-dokumen yang harus disiapkan adalah:[70]

1) Formulir klaim yang dilengkapi sebagai syarat
2) Sertifikat asuransi asli
3) Foto kopi identitas
4) Foto kopi rekening koran terakhir tabungan
5) Surat keterangan kematian

Tabungan Impian merupakan salah satu produk *funding* dari PT. BRI Syariah KCP Metro untuk nasabah perseorangan yang dirancang untuk mewujudakan berbagai impian dan keinginan nasabah seperti pendidikan, pernikahan, qurban dan liburan dengan terencana menggunakan sistem *autodebet*setoran rutin bulanan. Kelebihan produk Tabungan Impian PT.BRI Syariah KCP Metro ini dibandingkan produk sejenisnya di tempat lain yakni selain biaya setoran awal dan bulanan yang ringan, tabungan impian ini juga sudah tercover oleh asuransi, sehingga membuat nasabah semakin nyaman untuk menabung.

B. Strategi PT. BRI Syariah KCP Metro Dalam Memasarkan Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB

Strategi dalam menumbuhkan minat nasabah sangatlah penting pada Bank agar Bank dapat memajukan kondisi keadaan bank menjadi sehat dan

[70]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI SyariahKCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019.

sesuai dengan syariat Islam. Setiap usaha yang dilakukan untuk menarik minat nasabah pada produk tabungan impian BRI Syariah iB tidak terlepas dari strategi pemasaran produk. Strategi pemasaran produk ini sebagai pilar penting dalam memasarkan produk tabungan impian BRI Syariah iB dan sebagai upaya menarik calon nasabah baru agar menjadi nasabah produk tabungan impian BRI Syariah iB.

Tahap pertama dalam pemasaran yakni mengenali pasar, dengan mengenali pasar dapat mengetahui potensi konsumen dan mengetahui kebutuhannya. Cara mengenali pasar yaitu dapat dilakukan dengan melihat, mengikuti perkembangan pasar dan membandingkan produk lain dengan produk sendiri.

Berdasarkan hasi wawancara yang dilakukan kepada bapak Hendro selaku pimpinan cabang pembantu (Pincapem) PT. BRI Syariah KCP Metro, strategi yang digunakan untuk meningkatkan minat nasabah terhadap Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yaitu dengan cara :

1. Strategi *Product* (Produk)

   Produk tabungan impian BRI Syariah iB adalah salah satu produk unggulan dari PT. BRI Syariah KCP Metro. Produk ini di promosikan di berbagai lini masyarakat. Produk tabungan impian BRI Syariah iB ini dipersiapkan untuk mewujudkan berbagai impian dan keinginan nasabahnya, seperti pedidikan, qurban, liburan, pernikahan dan belanja.[71]

[71]Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

Keunggulan dari Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB diantaranya:

a. Dengan menggunakan 1 produk tabungan ini, dapat membantu mewujudkan berbagai keinginan nasabah.
b. Dapat melakukan setoran non-rutin atau sewaktu-waktu.
c. Sudah tercover dengan asuransi.
d. Produk ini dirancang untuk mewujudkan berbagai keinginan nasabah seperti pendidikan, pernikahan, qurban, liburan dan lainnya.

2. Strategi *Price* (Harga)

Penentuan harga jual baik berupa akad maupun minimal setoran awal, serta biaya-biaya yang berkaitan dengan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB, ditentukan oleh PT. BRI Syariah pusat. Jadi, sama halnya dengan penentuan produk yang ditawarkan, PT. BRI Syariah cabang maupun cabang pembantu hanya menyesuaikan kebijakan dari pusat. Kemudian menjalankan segala hal yang berkaitan dengan produk yang telah diterbitkan oleh PT. BRI Syariah Pusat secara syariah, benar, lurus dan amanah.[72]

Strategi PT. BRI Syariah dalam menentukan biaya administrasi pada produk Tabungan Impian BRI Syariah iB sangat kompetitif. Sehingga, jika dibandingkan dengan bank kompetitor, PT. BRI Syariah memiliki biaya administrasi yang sangat terjangkau khususnya untuk kalangan masyarakat bawah. Karena, persaingan dunia perbankan

[72]Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

khususnya perbankan syariah cukup tinggi dan merupakan suatu *trend.* Keunggulan dari price pada produk Tabungan Impian ini yakni :

a. Biaya setoran awal dan setoran rutin tiap bulan yang sangat terjangkau, yakni mulai dari Rp 50.000.
b. Gratis biaya administrasi bulanan.
c. Gratis biaya autodebet setoran rutin.
d. Gratis biaya gagal autodebet.
e. Gratis biaya premi asuransi.
f. Skema bagi hasil 25%-75%. Yakni 25 persen untuk pihak bank, dan 75 persen untuk nasabah.

3. Strategi *Place* (Tempat)

Tempat mencakup saluran distribusi yang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dengan menyampaikan produk kepada masyarakat atau konsumen. Penyediaan perusahaan jasa haruslah mementingkan tempat saluran distribusi guna mengembangkan bisnis yang dijalankan, dengan tempat yang strategis nasabah dapat berinteraksi dengan mudah.

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, PT. BRI Syariah KCP Mtro memilih tempat di pusat bisnis Kota Metro, tepatnya di Jalan AH. Nasution No. 186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

4. Strategi *Promotion* (Promosi)

Cara agar produk yang dihasilkan dapat diterima konsumen adalah dengan melaksanakan promosi secara tepat pada target sasaran. Promosi dilakukan untuk mengenalkan produk-produk PT. BRI Syariah KCP Metro terutamanya produk tabungan impian BRI Syariah iB. Hal ini dikarenakan, masyarakat belum memahami secara jelas bank syariah dan produk-produk berbasis syariah. Kegunaan dari promosi ini adalah memberikan pengetahuan kepada masyarakat atau konsumen apa saja produk tabungan impian BRI Syariah iB, syarat-syarat menjadi nasabah tabungan impian BRI Syariah iB, dan kegunaan produk tabungan impian BRI Syariah iB.Berbagai upaya yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro agar Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB dapat dikenal oleh masyarakat luas adalah sebagai berikut:[73]

a. *Advertising* (periklanan)

PT. BRISyariah KCP Metromelakukan kegiatan periklanan untuk memberikan informasi mengenai produk PT. BRI Syariah KCP Metro,membujuk nasabah untuk menggunakan produk-produk PT. BRI Syariah KCP Metro dan mengingatkan nasabah terhadap produk-produk PT. BRI Syariah KCP Metro.

Hal ini dinilai tepat karena PT. BRI Syariah KCP Metro menetapkan tujuan iklan sesuai dengan kebutuhannya, yaitu:

[73]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

1) Iklan sebagai pemberi petunjuk informasi (*informative advertising*), digunakan pada saat bank meluncurkan produk baru, dengan maksud menginformasikan keberadaan produk kepada konsumen. Misalnya spanduk dan banner yang dipasang di depan kantor PT. BRI Syariah KCP Metro.
2) Iklan sebagai pembujuk (*persuasive advertising*), digunakan bank untuk membujuk konsumen agar tertarik atau membujuk untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Pada saat bank dalam tahap persaingan sehingga perusahaan melakukan suatu kesungguhan terhadapproduknya. Misalnya iklan yang ditampilkan pada situs website PT. BRI Syariah.
3) Iklan sebagai pengingat (*reminder advertisi*ng), digunakan untuk mengingatkan kembali keberadaan PT.BRISyaraiah serta produk-produknya kepadakonsumen sehingga mendorong pemakaian produk lebih tinggi. Misalnya iklan yang ditampilkan pada situs website PT. BRI Syariah dan iklan di media soaial seperti instagram, facebook, dan twitter, maupun cetak lainnya, seperti melalui surat kabar, dan majalah-majalah bisnis.[74]

Pada saat ini bank swasta syariah semakin berkembang, banyak bank syariah baru yang bermunculan, setiap bank berlomba-lomba untuk mengiklankan produk tabungannya agar masyarakat tertarik. Hal tersebut merupakan tantangan bagi PT. BRISyariahKCP

[74]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

Metro untuk lebih gencar mengiklankan produkunggulannya yaitu Tabungan Impian BRI Syariah iB.

Masyarakat yang telah menabung di PT. BRI Syariah diharapkan dapat lebih mengetahui fitur dan benefit dari iklan yang ada, sehingga diharapkan dapat menginformasikan ragam keuntungan yang didapatkan kepada masyarakat luas.

b. Grebek Pasar

Pasar sebagai tempat lokasi untuk mempromosikan produk tabungan impian BRI Syariah iB, yang mana salah satu sasarannya adalah para pedagang pasar yang banyak kemungkinan mempunyai pendapatan di bawah rata-rata. Sales operational membuka grebek pasar guna membantu operasional terutama dalam hal meningkatkan pelayanan kepada nasabah produk tabungan impian BRI Syariah iB tanpa harus pergi ke kantor cabang pembantu di Jalan AH. Nasution No. 186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

Grebek pasar merupakan kegiatan mencari nasabah dengan mengunjungi pasar-pasar yang ada di seputaran Kota Metro. Dalam prosesnya, para karyawan PT. BRISyariah KCP Metro menawarkan produk Tabungan Impian kepada masyarakat khususnya kepada para pedagang, dengan memberikan informasi seputar produk dan memberikan selembaran kertas yang berisi informasi tentang produk Tabungan Impian. Beberapa pasar yang menjadi tujuan dalam

kegiatan grebek pasar ini yaitu pasar Kota Metro, pasar punggur, pasar pekalongan dan pasar kopindo.[75]

PT. BRI Syariah KCP Metro melakukan kegiatan grebek pasar guna meningkatkan jumlah nasabahnya. Selain itu, diharapkan dengan kedatangan secara langsung pihak bank ke pasar, akan membuat masyarakat semakin terbantu, karena masyarakat yang sehari-hari sibuk dengan kegiatan di pasar, sangat sulit untuk menyempatkan diri ke bank.

c. *Personal Selling* (penjualan pribadi)

PT. BRISyariahKCP Metro juga menetapkan strategi *personal selling*, yang meliputi presentasi, penawaran produk dan teknik negoisasi yang dilakukan setiap marketing secara perorangan.

Kegiatan *personal selling* dilakukan oleh karyawan PT. BRI Syariah KCP Metro, khususnya *Customer Service*(CS) dan *Account Officer Micro* (AOM).

Customer service(CS) PT. BRI Syariah KCP Metro melayani masyarakat yang datang ke bank.*Customer service*(CS) menjelaskan kepada calonnasabah mengenai keunggulan dan manfaat produk Tabungan Impian BRI Syariah iB.

Masyarakat yang dengan sendirinya datang ke PT. BRISyariah KCP Metro untuk mendapatkan informasi, secara tidak langsung telah mempercayai PT. BRISyariah KCP Metro sebagai bank

[75]Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

pilihannya dibandingkan bank lain. Setelah mendapatkan penjelasan melalui *Customer Service*(CS), diharapkan masyarakat semakin yakin dan percaya kepada PT. BRISyariah KCP Metro. [76]

Personal selling yang dilakukan oleh *Account Officer Micro* (AOM) biasanya dilakukan pada saat Grebek Pasar dan *Open Table.*

d. *Open Table*

Pelaksanaan kegiatan promosi seperti *open table*, dimana PT. BRISyariah KCP Metromembuka stand pada tempat yang dinilai dapat menarik minat masyarakat untuk membuka produk Tabungan Impian BRI Syariah iB seperti di taman Merdeka Metro.

O*pen table* diisi juga dengan beberapa edukasi seperti, penyuluhan mengenai Bank Syariah dan larangan riba. Pada kegiatan *open table*, seluruh karyawan yang bersangkutan dalam hal ini karyawan PT. BRI Syariah KCP Metro diharuskan dapat berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat untuk membuka Tabungan Impian BRI Syariah iB. Penyampaian pesan yang santun dan tidak terkesan memaksa, serta memberikan sedikit penjelasan mengenai bank berbasis syariah dianggap akan lebih mengena dihati masyarakat.[77]

[76]Hasil wawancara dengan *Customer Service* (CS) PT. BRI Syariah KCP Metro Pada Tanggal 16 Oktober 2019.

[77]Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

Cara tersebut diharapkan semakin membuat masyarakat dekat dengan pihak bank, serta diharapkan dapat membuat pengetahuan masyarakat terhadap bank syhariah semakin luas.

e. *Free Administration* (Gratis Biaya)

Strategi yang digunakan oleh PT. BRISyariahKCP Metro yaitu dengan metode *free* (bebas). *Free* yang dimaksud disini yaitu mengenai kelebihan Tabungan Impian BRI Syariah iB yang murah jika dibandingkan dengan Bank Umum Syariah yang lain, diantaranya:[78]

1) Gratis biaya administrasi bulanan Tabungan

Biasanya setiap tabungan di bank-bank lain pasti akan dikenakan biaya administrasi bulanan, jadi uang yang kita tabung akan dipotong berapa persen untuk biaya adminstrasi. Berbeda dengan Tabungan Impian BRISyariah iB, tabungan ini tidak memungut biaya untuk kebutuhan administrasi, sehingga uang yang kita tabung tidak berkurang.

2) Gratis biaya autodebet setoran rutin setiap bulan dan premi asuransi

Tabungan Impian BRI Syariah iB juga membebaskan adanya biaya autodebet setoran rutin setiap bulan dan gratis biaya premi asuransi. Hal ini diharapkan dapat memberikan rasa nyaman terhadap nasabahnya, terlebih lagi dengan adanya

[78]Hasil wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

asuransi, diharapkan nasabah dapat dengan tenang dan merasa aman terhadap uang yang ditabungkan pada PT. BRI Syariah KCP Metro.

C. Upaya PT. BRI Syariah KCP Metro Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB

Pengertian minat nasabah pada bank yaitu ketertarikan yang timbul dari seseorang untuk mengikuti aktivitas tersebut atau produk yang dimiliki oleh suatu bank dalam angka memenuhi kebutuhannya. Minat masyarakat muncul karena adanya suatu kebutuhan yang berasal dari masyarakat itu sendiri dan adanya keinginan untuk mewujudkan keinginan tersebut.

PT. BRI Syariah KCP Metro harus berusaha keras untuk merebut calon nasabahnya. Nasabah akan merasa tertarik dengan bank apabila produk yang dimiliki bank tersebut sangat baik dan dapat memenuhi keperluan nasabah. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berniat untuk membeli produk bank terebut. Yang paling utama untuk menarik minat nasabah adalah bank tersebut harus memiliki keunggulan produk yang dimiliki. Keunggulan inilah yang akan membedakan produk suatu bank dengan bank lain.

Minat masyarakat juga terkadang membutuhkan dorongan dari bank itu sendiri untuk menumbuhkan ketertarikan pada produk PT. BRI Syariah KCP Metro. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah, yaitu :[79]

[79] Ratih Huriyyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan,* (Bandung:Alfabeta,2010),80.

1. Motivasi

   Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Belajar

   Menurut Engel dalam Sumarwan, belajar adalah suatu proses dimana pengalaman akan membawa kepada perubahan pengetahuan, sikap, dan perilaku.[80]

3. Sikap

   Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak dan sikap juga bisa mengambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

4. Persepsi

   Persepsi merupakan pemberian makna yang dialami pada setiap seseorang dalam memahami setiap informasi melalui panca indera nya.[81]

PT. BRI Syariah KCP Metro melakukan berbagai cara untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk Tabungan Impian, yakni dengan cara menawarkan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB kepada masyarakat melalui kegiatan grebek pasar. Grebek pasar merupakan kegiatan mencari nasabah dengan mengunjungi pasar-pasar yang ada di seputaran Kota

[80] Ujang Sunarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor:Ghalia Indonesia,2004),34.

[81] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

Metro. Dalam kegiatan ini, para karyawan PT. BRI Syariah KCP Metro menawarkan produk Tabungan Impian kepada masyarakat khususnya kepada para pedagang, dengan memberikan informasi seputar produk dan memberikan selembaran kertas yang berisi informasi tentang produk Tabungan Impian. Dengan adanya kegiatan grebek pasar ini, diharapkan masyarakat semakin terbantu dan menjadi lebih dekat dengan PT. BRI Syariah KCP Metro, karena masyarakat tidak perlu datang ke bank, pihak bank sudah terjun langsung ke pasar untuk menjemput nasabah dan memberikan informasi seputar produk Tabungan Impian BRI Syariah iB.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Teddy, selaku *Branch Operatiom Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro, minat nasabah terhadap Tabungan Impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.Meskipun mengalami peningkatan, akan tetapi jika dibandingkan dengan produk Tabungan lainnya, jumlah nasabah produk Tabungan Impian masih belum terlalu banyak.[82]

Jumlah nasabah yang masih minim, menunjukkan bahwa respon nasabah terhadap produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah masih rendah. Rendahnya jumlah nasabah produk Tabungan Impian dikarenakan kurang efektifnya strategi yang digunakan PT. BRI Syariah KCP Metro memasarkan produk Tabungan Impian. Selain itu terdapat beberapa kendala yang dialamai PT. BRI Syariah KCP Metro saat mengenalkan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB kepada masyarakat, yaitu:

[82]Hasil wawancara dengan *Branch Operatiom Supervisior* (BOS) PT. BRI Syariah KCP Metro pada tanggal 16 Oktober 2019

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB yang dapat membantu nasabah mewujudkan impian nya.
2. Untuk membuka Tabugan Impian, harus terlebih dahulu memiliki rekening Tabungan Faedah.
3. Persaingan antar produk semakin ketat, disebabkan nasabah sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk perbankan yang satu dengan yang lainnya.
4. Banyak masyarakat yang sudah memiliki jenis tabungan serupa di bank lain.
5. Tabungan impian merupakan tabungan berjangka yang tidak dapat di ambil sewaktu-waktu, karena pola pikir masyarakat saat menabung dapat di ambil sewaktu-waktu.

Berikut ini hasil wawancara kepada nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro:[83]

1. Nasabah Tabungan Impian BRI Syaiah iB:
    a. Wawancara dengan Bapak "ST" selaku nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yang berprofesi sebagai pedagang di Kota Metro, beliau menjelaskan bahwa sudah menjadi nasabah selama 3,5 tahun. Selama menjadi nasabah, beliau memaparkan bahwa pelayanan yang diberikan sangatlah baik sehingga dapat memudakan segala proses pembukaan rekening.

[83]Hasil wawancara dengan nasabah PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 13Oktober 2019.

b. Wawancara dengan Bapak “AD” selaku nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yang berprofesi sebagai pedagang di Pasar Cendrawasih Kota Metro, beliau menjelasakan bahwa awal mula mengetahui tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB saat ada pegawai bank datang menawarkan produk Tabungan Impian kepada nya.

c. Bapak “HT”, selaku nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yang berprofesi sebagai Guru Sekolah Menengah Pertama di Kota Metro, beliau menjelaskan sangat tertarik dengan produk Tabungan Impian, karena tabungan ini dapat membantu beliau untuk mewujudkan keinginan dan impian nya.

d. Ibu “WW” selaku nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yang berprofesi sebagai Karyawan Swasta di Kota Metro, beliau menjelaskan bahwa kelebihan Tabungan Impian yakni setoran awal dan setoran rutin nya yang ringan, dan juga tabungan ini sudah tercover oleh asuransi. Sedangkan untuk kekurangan nya, yakni tabungan ini tidak dapat sewaktu waktu karena tabungan berjangka. Apabila pengambilan tidak sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan, maka dikenakan denda.

e. Ibu “AS” selaku nasabah Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro yang berprofesi sebagai pemilik rumah makan di Kota Metro, beliau menjelaskan strategi bank dalam mengenalkan produk Tabungan Impian ini kepada beliau yakni dengan adanya pegawai

PT. BRI Syariah KCP Metro yang datang langsung kepada beliau, lalu menawarkan produk Tabungan Impian ini kepada nya dengan memberikan brosur dan informasi yang dijelaskan langsung oleh pegawai bank.

2. Wawancara kepada masyarakat di seputaran Kota Metro[84]
   a. Bapak "YM" selaku masyarakat yang beralamatkan di Ganjar Agung, Metro Barat, beliau menjelaskan belum mengetahui tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB.
   b. Bapak "CR" selaku masyarakat yang beralamatkan di Yosomulyo merasa tertarik terhadap produk Tabungan Impian setelah mengetahui informasi dari peneliti, menurut beliau, Tabungan ini dapat membantu mewujudkan keinginan nasabahnya.
   c. Ibu "MG" selaku masyarakat yang beralamatkan di Mulyojati, Metro Barat, menjelaskan belum tertarik dengan produk Tabungan Impian, karena beliau sudah memiliki produk tabungan pendidikan di bank lain.
   d. Ibu "TI" selaku masyarakat yang beralamatkan di Ganjar Asri, Metro Barat menjelasskan bahwa beliau mengetahui tentang produk Tabungan ini, akan tetapi belum memiliki produk Tabungan Impian BRI Syariah iB.
   e. Ibu "YN" selaku masyarakat yang beralamatkan di Rejomulyo, Metro Selatan menjelaskan bahwa beliau sangat tertarik kedepan nya

[84]Hasil wawancara dengan masyarakat di seputaran Kota Metro PT. BRI Syariah KCP Metro, Pada Tanggal 13Oktober 2019.

untuk membuka produk Tabungan Impian, karena untuk mempersiapkan biaya perkuliahan anaknya yang saat ini masih duduk di sekolah dasar.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di PT. BRI Syariah KCP Metro maka peneliti menyatakan bahwa strategi pemasaran produk Tabungan Impian yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro dan upaya peningkatan minat nasabah yaitu :

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Untuk dapat bersaing dengan perbankan lain, dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat dan jitu agar produk yang dipasarkan dapat disukai oleh masyarakat.

Strategi pemasaran PT. BRI Syariah KCP Metro dalam memasarkan produk Tabungan Impian melalui bauran pemasaran sudah baik, akan tetapi jika dibandingkan dengan jumlah nasabah produk tabungan lain, jumlah nasabah produk tabungan impian ini masih jauh berada dibawah jumlah produk lain, meskipun tiap tahunnya mengalami peningkatan.

Strategi pemasaran bank syariah pada umumnya menggunakan strategi pemasaran 4P. Begitu juga yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro, sejak diluncurkannya berbagai produk pada PT. BRI Syariah KCP Metro, khususnya produk Tabungan Impian, pihak bank menggunakan strategi pemasaran 4P, yakni :

1. *Product* (Produk)

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.Pengertian produk menurut Kasmir dalam bukunya yang berjudul *"Manajemen Perbankan"* di kutip dari Philip Kotler adalah *sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.*[85]

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Keputusan-keputusan tentang produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau di tempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkusan dan servis sesudah penjualan.[86]

Pada dunia perbankan startegi produk yang dilakukan adalah mengembankan suatu produk, yaitu:[87]

a. Penentuan Logo dan Moto
b. Menciptakan Merek
c. Menciptakan kemasan
d. Keputusan Label

Strategi produk adalah strategi yang paling penting. Strategi produk yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro untuk mendapatkan

[85] Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 216
[86]M. Nur Rinto Al-Arifin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2012), 14-15.
[87]*Ibid*.,. 146-147

perhatian masyarakat adalah dengan mengeluarkan produk tabungan yang bernama Tabungan impian yang didalamnya memiliki berbagai fasilitas keunggulan, diantaranya : Biaya setoran awal ringan, dengan menggunakan 1 produk tabungan, dapat mewujudkan berbagai keinginan nasabah seperti pendidikan, pernikahan, umrah, dan liburan. Selain itu, tabungan ini juga sudah tercover dengan asuransi, sehingga membuat nasabah nyaman.

2. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.[88]

Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat.[89]

Penetapan harga merupakan suatu unsur *marketing mix*. Strategi penetapan harga yang dibuat oleh PT. BRI Syariah KCP Metro selain sesuai dengan kebutuhan nasabah juga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat terhadap produk yang dibutuhkan. Dalam menentukan jumlah setoran rutin Tabungan Impian, nasabah diberikan pilihan untuk menetapkan jumlah setoran rutin tiap bulan, dan juga nasbah diberikan

[88]M. Nur Rinto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah,* 15.

[89] Buchari Alma dan Donni Jun Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2014), 360

pilihan untuk memilih jangka waktu seuai dengam keinginan, termasuk dengan nisbah bagi hasil antara nasabah dan pihak bank.

3. *Place* (Tempat)

Penentuan lokasi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan amanah kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank. Sehingganya dengan penentuan lokasi yang tepat, nyaman dan mudah di jangkau maka target pencapaian bank akan dapat diraih.

Bagi suatu perusahaan, memiliki lokasi yang strategis merupakan salah satu keunggulan yang harus dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Lokasi PT. BRI Syariah KCP Metro ini beralamat di Jalan AH. Nasution No.186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Lokasi yang berada di tengah pusat kota, dan mudah untuk dijangkau menggunakan sarana transportasi, selain itu, lokasi kantor PT. BRI Syariah KCP Metro juga tidak jauh dengan pasar Kota Metro, sehingga hal ini menjadi keuntungan bagi PT. BRI Syariah KCP Metro dalam strategi pemasarannya. Karena PT. BRI Syariah KCP Metro semakin mudah dijangkau oleh masyarakat. Sehingga memudahkan bagi masyarakat yang ingin menjadi nasabah di PT. BRI Syariah KCP Metro.

4. *Promotions* (Promosi)

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.[90]

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang di produksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen/nasabah dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Kegiatan promosi PT. BRI Syariah KCP Metro untuk mengenalkan produk Tabungan Impian kepada masyarakat diantaranya menggunakan cara :

a. *Advertising*

Melakukan kegiatan *advertising* atau periklanan untuk memberikan informasi mengenai produk Tabungan Impian BRI Syariah iB melalui media cetak seperti brosur, spanduk, dan lain-lain.

[90] Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 246.

b. Grebek Pasar

Melakukan kegiatan yang dinamakan "Grebek Pasar", kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mencari nasabah dengan cara berkunjung ke pasar-pasar di sekitaran Kota Metro.

c. *Personal Selling*

Merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pihak marketing secara perseorangan untuk menawarkan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB kepada masyarakat.

d. *Open Table*

Open *Table* merupakan kegiatan yang dilakukan PT. BRI Syariah KCP Metro membuka stand pada saat hari-hari tertentu untuk memudahkan bertemu dengan masyarakat.

Berbagai cara diatas, diharapkan masyarakat dapat terbantu dan semakin mengetahui tentang produk Tabungan Impian dan juga PT. BRI Syariah KCP Metro berharap masyarakat akan tertarik untuk menggunakan produk Tabungan Impian BRI Syariah iB.

Usaha dalam memasarkan produk Tabungan Impian ini tidaklah mudah, meskipun pihak PT. BRI Syariah KCP Metro sudah menyiapkan *rewards* kepada karyawan khususnya bagian marketing apabila dapat mencapai atau melampaui target yang telah ditentukan, akan tetapi masih terdapat berbagai kendala dalam usaha memasarkannya kepada masyarakat, diantaranya :

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB yang dapat membantu nasabah mewujudkan impian nya.
2. Untuk membuka Tabugan Impian, harus terlebih dahulu memiliki rekening Tabungan Faedah.
3. Persaingan antar produk semakin ketat, disebabkan nasabah sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk perbankan yang satu dengan yang lainnya.
4. Banyak masyarakat yang sudah memiliki tabungan serupa di bank lain.
5. Tabungan Impian BRI Syariah iB merupakan tabungan berjangka yang tidak dapat di ambil sewaktu-waktu, karena pola pikir masyarakat saat menabung dapat di ambil sewaktu-waktu.

Upaya untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan Impian dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

1. Motivasi

   Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Belajar

   Belajar merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengalaman dan pengetahuan ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang.[91]

[91]Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung:Alfabeta,2013), 70-71.

3. Sikap

   Sikap merupakan suatu keadaan pada diri seseorang untuk bersikap suka atau tidak suka ketika dihadapkan kepada situasi tertentu.

4. Persepsi

   Persepsi merupakan pemberian makna yang dialami pada setiap seseorang dalam memahami setiap informasi melalui panca indera nya.[92]

Minat berarti kecenderungan atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Nasabah saat ini lebih berhati-hati saat memilih produk dan bank mana yang akan dipilihnya sebagai tempat menginvestasikan dananya.

Penilaian masyarakat terhadap bank tidak hanya terpaku pada masalah kuantitas seperti nisbah bagi hasil, tetapi sudah berkembang pada persoalan kualitas, baik mengenai produk bank maupun layananya. Penilaian masyarakat terhadap bank di pengaruhi bagaimana para nasabah dan calon nasabah serta masyarakat memaknai produk bank atau pelayanan yang diterima.

Berdasarkah hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang strategi pemasaran produk tabungan impian dan upaya peningkatan nasabah di PT. BRI Syariah KCP Metro maka dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada produk Tabungan Impian BRI Syariah iB yaitu, motivasi, belajar, sikap dan persepsi. Keempat faktor ini merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat nasbah dalam memilih suatu produk bank syariah, maka PT. BRI Syariah KCP Metro harus

[92] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011), 50.

memperhatikan langkah-langkah untuk mempengaruhi minat nasabah guna meningkatkan jumlah nasabah tabungan Impian BRI Syariah iB.

Pada dasarnya perilaku konsumen itu dimulai dengan adanya motivasi. Setiap orang dimotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan kekuatan mendasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu dan keinginan merupakan kebutuhan yang dipelajari selama hidup seseorang.

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi memberikan pengaruh besar terhadap minat nasabah Tabungan impian BRI Syariah iB. Artinya jika PT. BRI Syariah KCP Metro lebih gencar lagi untuk melakukan promosi produk tabungan Impian BRI Syariah iB maka dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung di PT. BRI Syariah KCP Metro.

Kemampuan seorang individu untuk belajar, akan dapat memberikan perubahan dalam perilaku seseorang yang disebabkan oleh informasi yang telah didapat dan pengalaman-pengalaman sebelumnya. Belajar merupakan suatu proses dimana pengalaman akan membawa pada perubahan pengetahuan, sikap, dan prilaku. Artinya jika PT. BRI Syariah KCP Metro memberikan pengalam yang baik kepada nasabah dan menginformasikan produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat islam, maka akan meningkatkan jumlah nasabah dalam produk tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro.

Berkaitan dengan pengertian makna belajar, Allah SWT telah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 151.[93]

"Sebagaimana (kami telah menyempurnakan nikmat kami kepadamu) kami telah mengutus kepadamu Rasul diantara kamu yang membacakan ayat-ayat kami kepada kamu dan mensucikan kamu dan mengajarkan kepadamu Al kitab dan Al-Hikmah, serta mengajarkan kepada kamu apa yang belum kamu ketahui"[94]

Ayat tersebut menggambarkan bahwa kita harus terus memberikan pemahaman dan mengajarkan konsep ekonomi berdasarkan Al-Qur'an kepada umat manusi. Oleh karena pengetahuan mempunyai kaitan erat dengan belajar konsekuensi perilaku sangat berpengaruh terhadap proses belajar maka sebaiknya PT. BRI Syariah KCP Metro meningkatkan pemberian informasi dan pengetahuan terhadap produk tabungan impian BRI Syariah iB untuk meningkatkan nasabah atau calon nasabah untuk membuka tabungan impian BRI Syariah iB.

Pembentukan sikap ini tidak terjadi dengan sendirinya, senantiasa terjadi dan berlangsung dalam interaksi manusia yang berkenaan dengan objek tertentu dan sikap ini biasanya merupakan sikap yang positif dan negatif terhadap suatu objek setelah melalui proses penilaian yang dipengaruhi keadaan diri pribadi orang itu sendiri maupun lingkungan. Artinya jika PT. BRI Syariah KCP metro memperbaiki pelayanan, fasilitas

[93]Q.S Al-Baqarah (151)

[94] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahnya Ayat Pojok Bergaris, (Semarang: CV. Asy Syifa', 1998), 18

teknologi dan kondisi sarana dan prasarana maka akan menambah jumlah nasabah yang akan membuka tabungan impian BRI Syariah iB. Dalam hubunganya perilaku sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu pelayanan. Karena sikap sebagai ekspresi dari perasaan dalam diri yang mencerminkan apakah seseorang suka atau tidak terhadap produk yang ditawarkan. Dalam memberikan pelayanan hendaknya karyawan bersikap ramah dan lemah lembut agar memberikan kesan yang baik pada nasabah, sehingga mempunyai penilaian yang positif pada karyawan dan pada akhirnya akan menarik minat nasabah dan calon nasabah untuk membuka produk tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro.

Setelah melalukan wawancara kepada nasabah dan masyarakat umum di Kota Metro, dapat diketahui bahwa upaya PT. BRI Syariah KCP Metro untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan Impian dilakukan dengan cara menawarkan secara langsung kepada masyarakat dengan mendatangi toko-toko atau pasar yang berada di seputaran Kota Metro, dan memberikan informasi serta sebuah brosur kepada masyarakat tentang produk Tabungan Impian BRI Syariah iB. Dengan menggunakan cara seperti itu, menurut salah satu nasabah bernama Ibu "AS" merasa terbantu, karena mendapatkan informasi mengenai produk Tabungan Impian dan beliau juga mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. BRI Syariah KCP Metro juga sangatlah baik.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa, strategi pemasaran produk Tabungan Impian PT. BRI Syariah KCP Metro memiliki beberapa tahapan, yakni :

1. *Product* (Produk)

   Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam hal ini, PT. BRI Syariah KCP Metro mengeluarkan suatu produk funding bernama Tabungan Impian BRI Syariah iB.

2. *Price* (*Harga*)

   Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Pada strategi harga produk Tabungan Impian, PT. BRI Syariah KCP Metro memberikan harga yang sangat terjangkau, yakni dengan setoran awal dan setoran rutin minimal Rp. 50.000, masyarakat sudah dapat memiliki produk Tabungan Impian.

3. *Place* (Tempat)

   Dengan penentuan lokasi yang tepat, nyaman dan mudah di jangkau maka target pencapaian bank akan dapat diraih. PT. BRI Syariah

beralamatkan di Jalan AH. Nasution No.186, Yosorejo, Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

4. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Kegiatan promosi PT. BRI Syariah KCP Metro untuk mengenalkan produk Tabungan Impian kepada masyarakat diantaranya menggunakan cara :

a. *Advertising*
b. Grebek Pasar
c. *Personal Selling*
d. *Open Table*

Upaya PT. BRI Syariah KCP Metro untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan Impian dilakukan dengan berbagai cara.Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, diantaranya :

1. Motivasi

Kebutuhan merupakan kekuatan mendasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu dan keinginan. Artinya jika PT. BRI Syariah KCP Metro lebih gencar lagi untuk melakukan promosi produk tabungan Impian BRI Syariah iB maka dapat meningkatkan minat nasabah dalam menabung di PT. BRI Syariah KCP Metro.

2. Belajar

Belajar merupakan sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Dengan hasil pengalaman dan pengetahuan ini akan memberikan bekal untuk bertindak di masa yang akan datang. Artinya jika PT. BRI Syariah KCP Metro memberikan pengalam yang baik kepada nasabah dan menginformasikan produk yang ditawarkan sesuai dengan syariat islam, maka akan meningkatkan jumlah nasabah dalam produk tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro.

3. Sikap

Sikap merupakan suatu keadaan pada diri seseorang untuk bersikap suka atau tidak suka ketika dihadapkan kepada situasi tertentu. Dalam memberikan pelayanan hendaknya karyawan bersikap ramah dan lemah lembut agar memberikan kesan yang baik pada nasabah, sehingga mempunyai penilaian yang positif pada karyawan dan pada akhirnya akan menarik minat nasabah dan calon nasabah untuk membuka produk tabungan impian BRI Syariah iB di PT. BRI Syariah KCP Metro.

4. Persepsi

Persepsi merupakan pemberian makna yang dialami pada setiap seseorang dalam memahami setiap informasi melalui panca indera nya.

B. SARAN

Setelah melakukan penelitian terhadap strategi pemasaran produk Tabungan Impian dan upaya peningkatan nasabah di PT. BRI Syariah KCP

Metro, maka peneliti memberikan saran kepada PT. BRI Syariah KCP Metro dan peneliti lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai rujukan.

1. Bagi PT. BRI Syariah KCP Metro

   Agar selalu memberikan dan melakukan pelayanan terbaik kepada masyarakat dan nasabah, serta terus berinovasi terhadap produk-produk PT. BRI Syariah KCP Metro, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan produk PT. BRI Syariah KCP Metro.

2. Bagi peneliti lain

   Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang strategi pemasaran produk tabungan serta upaya peningkatan nasabah, diharapkan agar lebih mengembangkan penelitiannya berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan serta upaya peningkatan nasabah yang dijalankan oleh lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan.* Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2004.

Buchari Alma dan Donni Jun Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah.* Bandung: Alfabeta, 2014.

Dokumentasi berupa website dari www.brisyariah.co.id, diakses pada hari Minggu, 6 Oktober 2019, pukul 20.15 WIB.

Friyanto." Pembiayaan Mudharabah, Resiko, dan Penanganannya (Studi Kasus pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Malang)", *JMK,* Vol 15, NO. 2/,September 2013.

Imam Jalaludin, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung survey pada Nasabah PT. BRI Syariah Cabang Cirebon,* Skripsi. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2013.

Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Bandung: Alfabeta, 2016.

-------, *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi.* Bandung:Alfabeta, 2015.

Ismail, *Perbankan Syari'ah.* Jakarta: Kencana, 2011.

Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi.* Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2011.

Kasmir, *Manajemen Perbankan.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012.

Likua Risman, *Strategi Meningkatka Funding Produk Tabungan Faedah di PT.BRI Syariah KCP Bandar Sribhawono Lampung,* Tugas Akhir. IAIN Metro, 2017.

M. Burhan Bungin, *Metedologi Penelitian Kuantitatif;Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2004.

-------, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi.* Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013.

M. Nur Rinto Al-Arifin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Bandung:Alfabeta, 2012.

Mahdaleni, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro,* Tugas Akhir. IAIN Metro: 2014.

Marlius, Doni. " Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh," *Jurmak*, Vol.03. No. 01, April 2016.

Moh. Ah. Subhan ZA. "Strategi Pemasaran Perbankan Syari'ah Pada BPR Syari'ah Amanah Sejahtera Gresik." *JURNAL AKADEMIKA* Volume 9, Nomor 1/Juni 2015.

Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek.* Jakarta : Gema Insani, 2001.

Muhammad, *Manajemen Bank Syariah.* Yogyakarta, UPP-STIM YKPN, 2011.

Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan,* Bandung:Alfabeta,2013.

Pauji, Nawawi, Hakiem, "Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di BPRS Amanah Ummah*", Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 6 No. 2, September 2015 pp.379-429.

Rahmani Timorita Yulianti. "Asas-asas Perjanjian (Akad) dalam Hukum Kontrak Syariah,dalam La Riba,*"Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*Vol. II, No. 1/2008.

Ratih Huriyyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbanka.* Bandung:Alfabeta,2010.

Sugiyono, Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*.Bandung: Alfabeta, 2012.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* Jakarta: Rineka Cipta,2006.

Suryanto, Asep. "Analisis Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Dana Pihak Ketiga Bank Syari'ah di Kota Tasikmalaya,*" Iqtishoduna* Vol. 6 No. 1 April 2017.

Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.

Uhar Suharsaptra, *Metodologi Penelitian.* Bandung: PT Refika Aditama, 2012..

Yuliawati,*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC. Tanjung Karang.* IAIN Metro: 2017.

Zuhairi, et.al, *Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website:www.metrouniv.ac.id; *email*: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 2341/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2018 23 Oktober 2018
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Dr. Mat Jalil, M.Hum
2. Zumaroh, M.E.Sy
di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Danes Mahendra Edo Fadli
NPM : 1502100019
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian Dan Upaya Peningkatan Nasabah Di PT. BRI Syariah KCP. Metro

Dengan ketentuan :
1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
   a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
   b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
   a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
   b. Isi ± 3/6 bagian.
   c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 01/10/19	✓	Acc outline, Lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	
	Kamis 03/10/19		1. Sumber buku pada LBM ditambah 2. Hasil pra survey diganti dengan wawancara. 3. Deskripsikan tentang teori minat 4. Sumber data primer ditambah.	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli**
NPM : 1502100019

Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 04/10/19.		1. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Pemasaran (APD) 2. Adakah kendala (APD) 3. Hilangkan visi & misi pada APD. 4. Jika terdapat kendala, bagaimana mengatasinya.	
	Senin 07/10/19.		ACC APD, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy.
NIP. 197904222006042002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 07/2019 /10	✓	ACC bab I - III, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 11/10 19.	✓	Acc Bab I – III	

Dosen Pembimbing I

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 29/10/19.		1. Sederhanakan profil Bank, maksimal 3 halaman. 2. Sesuaikan surat Riset. 3. Ibid tidak boleh digunakan pada wawancara. 4. Deskripsikan Tab./Implan, kelebihannya dibandingkan produk sejenis di bank lain. 5. Naikan jumlah setoran, biaya adm, dan baru pada strategi price. 6. Hapus lokasi & pasar. 7. Berikan contoh nyata. 8. Bandingkan teori dengan fakta yang ada.	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 24/10/19		1. Iklan pada promosi di terbitkan contohnya seperti apa. 2. Masukkan data di strategi pemasaran sebagian ke bagian upaya meningkatkan minat nasabah. 3. Buat deskripsi informasi secara singkat temuan di lapangan. 4. Bandingkan teori dengan praktik pada bagian pembahasan.	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 29/10 2019.	✓	ACC bab IV - V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I & siapkan kelengkapan skripsi lainnya	

Dosen Pembimbing II

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 04/11 2019		1. Tambahkan deskripsi pendapat anda. 2. Perbaiki kata pada awal paragraf.	

Dosen Pembimbing I

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli**
NPM : 1502100019

Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	mana catatan pembimbing di kartu konsultasi	

Dosen Pembimbing I

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli** Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
NPM : 1502100019 Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 07/11 19.		1. Perbaiki footnote 2. Perbaiki kalimat pada awal paragrap. 3. Tambahkan footnote dengan jelas. Acc di lanjutkan	
	15/11 19	✓		

Dosen Pembimbing I

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Danes Mahendra Edo Fadli**
NPM : 1502100019

Fakultas / Jurusan:Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 06/12/19	✓	Acc	

Dosen Pembimbing I

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 19620812 199803 1 001

Mahasiswa Ybs.

Danes Mahendra Edo Fadli
NPM. 1502100019

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-954/In.28/S/OT.01/11/2019

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama	: DANES MAHENDRA EDO FADLI
NPM	: 1502100019
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1502100019.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 18 Nopember 2019
Kepala Perpustakaan

KEMENTERIAN AGAMA UNIT PERPUSTAKAAN IAIN METRO IAIN METRO LAMPUNG REPUBLIK INDONESIA

Drs. Mukhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 196508311981031001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2701/In.28/D.1/TL.00/10/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT BRI SYARI`AH KCP METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2700/In.28/D.1/TL.01/10/2019, tanggal 15 Oktober 2019 atas nama saudara:

Nama	:	**DANES MAHENDRA EDO FADLI**
NPM	:	1502100019
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT BRI SYARI`AH KCP METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARI`AH KCP METRO".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 15 Oktober 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Muhammad Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2700/In.28/D.1/TL.01/10/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**DANES MAHENDRA EDO FADLI**
NPM	:	1502100019
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di PT BRI SYARI`AH KCP METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN DAN UPAYA PENINGKATAN NASABAH DI PT BRI SYARI`AH KCP METRO".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 15 Oktober 2019

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Bank BRISyariah

TEDY AMAL SATIA
Branch Operation Supervisor

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Muhammad Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

NO	Nama Produk	TAHUN				Jumlah Nasabah 4 Tahun Terakhir
		2015	2016	2017	2018	
1	Tab. Faedah	4.821	5.763	6.837	7.803	= 25.224
2	Tab. Haji	2.498	3.348	4.216	5.112	= 15.174
3	Tab. Deposito	21	28	34	66	= 149
4	Tab. Impian	11	17	29	35	= 95

Tabel 1. *Tabel Perbandingan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di PT. BRI SyariahKCP Metro*

Menyetujui

PT BRI Syariah KCP Metro

Pimpinan Cabang Pembantu

Branch Operation Supervasior

Bank BRISyariah
KCP METRO

Hadi Susilo

Teddy Amal Satria

syariah

Untuk keterangan lebih lanjut hubungi:

Tabungan Impian BRISyariah iB

syariah

Wujudkan Impian Dengan Terencana

callBRIS 500-789
www.brisyariah.co.id

Bersama Wujudkan Harapan Bersama

iB

Wujudkan impian dengan terencana

Tabungan Impian BRISyariah iB adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian Anda dengan terencana.

Tabungan Impian BRISyariah iB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi.

Fasilitas

- TENANG, dikelola dengan prinsip syariah.
- RINGAN, setoran awal ataupun setoran rutin bulanan minimum Rp 50.000.
- PRAKTIS, Anda tidak perlu datang ke cabang untuk melakukan setoran rutin bulanan dengan adanya autodebet.
- FLEKSIBEL, Anda bebas memilih jangka waktu maupun tanggal autodebet setoran rutin.
- GRATIS, biaya administrasi tabungan dan premi asuransi.
- AMAN, karena otomatis dilindungi asuransi jiwa.
- MUDAH, perlindungan asuransi otomatis tanpa pemeriksaan kesehatan.
- KOMPETITIF, bagi hasil yang menarik.
- NYAMAN, dengan layanan berstandar tinggi dari BRISyariah dalam mengingatkan kedisiplinan untuk mewujudkan impian.

Pastikan impian Anda (misal: umrah, gadget, liburan, pendidikan, dan sebagainya) terwujud dengan terencana.

Manfaat Asuransi

Santunan Uang Duka

Jika meninggal karena kecelakaan, maka jumlah manfaat asuransi yang diberikan:

- 5X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 25 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 1 - 5 tahun.
- 10X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 50 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 6 – 10 tahun.
- 20X setoran rutin bulanan, maksimum Rp 100 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 11 – 20 tahun.

Bila memiliki lebih dari 1 rekening Tabungan Impian BRISyariah iB, total santunan uang duka maksimum Rp 1 Miliar/Nasabah.

Akumulasi Sisa Setoran Rutin

Jumlah manfaat asuransi yang diberikan secara sekaligus sebesar akumulasi sisa setoran rutin bulanan yang belum dibayarkan hingga jatuh tempo, maksimum Rp 750 juta/Nasabah jika:

- Tahun I kepesertaan, jumlah manfaat asuransi diberikan jika Nasabah meninggal karena kecelakaan.
- Tahun II atau selanjutnya kepesertaan, jumlah manfaat asuransi diberikan jika Nasabah meninggal karena kecelakaan maupun bukan kecelakaan.

Syarat pembukaan

Persyaratan	Perorangan
Dokumen	Fotokopi KTP yang masih berlaku
Setoran awal	min. Rp 50.000,-
Setoran rutin	min. Rp 50.000,- dan kelipatannya
Usia saat pembukaan	min. 17 tahun, maks 60 tahun
Usia saat jatuh tempo	maks. 65 tahun
Wajib memiliki rekening Tabungan BRISyariah iB	

Catatan:
Perlindungan asuransi pada Tabungan Impian BRISyariah iB merupakan produk asuransi PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera dimana BRISyariah tidak dalam kedudukan menjamin atas produk tersebut serta tidak bertindak sebagai agen atau broker Nasabah.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

BOARD

RIWAYAT HIDUP

Danes Mahendra Edo Fadli dilahirkan di Pringsewu pada tanggal 16 Maret 1997. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Suyitno dan Ibu Novi Rita.

Pendidikan Dasar peneliti ditempuh di SD Negeri 01 Bumi Dipasena Jaya dan selesai pada tahun 2009, kemudian peneliti melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 03 Kota Metro dan selesai pada Tahun 2012, sedangkan Pendidikan Menengah Atas pada SMK Kartikatama Kota Metro dan selesai pada tahun 2015.

Peneliti melanjutkan pendidikan pada Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung dimulai pada semester 1 Tahun Ajaran 2015/2016.