SKRIPSI

ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

Oleh:

MUHAMMMAD RIDHO HARDIYANSYAH
NPM: 1704100226

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M

ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)

Oleh:

MUHAMMMAD RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226

Pembimbing : Nizaruddin, S.Ag., M.H

Jurusan S1 Perbankan Syari'ah
Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M

NOTA DINAS

Nomor :-
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama	:	MUHAMMMAD RIDHO HARDIYANSYAH
NPM	:	1704100226
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1- Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARI'AH (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT 21 B YOSOMULYO KOTA METRO)

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, September 2021

Mengetahui,
Ketur Jurusan S1 Perbankan Syariah

Dliyaul Haq, M.E.I
NIP.19810121 201503 1 002

Dosen Pembimbing

Nizarudin S.Ag., M.H
NIP.197403021999031003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi :ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARI'AH (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT 21 B YOSOMULYO KOTA METRO)

Nama : MUHAMMAD RIDHO HARDIYANSYAH

NPM : 1704100226

Program Studi : S1-Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di ujikan sidang Munaqosyah pada Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN metro

Metro, September 2021
Pembimbing

Nizarudin, S.ag.,M.H
NIP.197403021999031003

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 (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296
Website: www.metrouniv.ac.id, mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No B- 3182 / In.28.3/ D/ PP.00.9/10/2021

Skripsi dengan Judul: ANALISIS PEMAHAMAN MASYARKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA MASYARKAT 21 B YOSOMULYO KOTA METRO disusun Oleh: MUHAMMMAD RIDHO HARDIYANSYAH, NPM: 1704100226, Jurusan: S1Perbankan Syariah, yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/ 17 September 2021, kampus II (E8.2.3 gedung Abu Ubady Al Qasyim).

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Nizarudin,S.Ag.,M.H	(.....)
Penguji I	:Hermanita, M.M	(.....)
Penguji II	: Zumaroh, M.E.Sy	(.....)
Sekretaris	:Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I.,M.U.d	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M. Hum
NIP. 196208121199803 1 001

ABSTRAK

ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

Oleh :

MUHAMMMAD RIDHO HARDIYANSYAH
Npm : 1704100226

Bank syariah merupakan Bank Umum yang berasis Syariat Islam sebagai tempat menghimpun dana dan mengajukan pembiayaan yang berbasis syariah. Bank Syariah mempunyai keunggulan dalam bersaing apabila diminati oleh nasabah produk – produk Bank Syariah yang dikenalkan kepada Masyarakat 21 B Yosomulyo banyak masyarakat yang mengetahui akan tetapi tidak sampai mendetail tentang produk dan jasa bank syariah. Walaupun sudah melakukan Pemasaran lewat berbagai Media untuk memberikan Informasi mengenai produk dan jasa Perbankan Syariah itu sendiri. Oleh karena itu peran Perbankan Syariah dalam memasarkan produk – produk nya sangat penting untuk menambah jumlah nasabah. Penelitian ini digunakan untuk menganalisa peran Perbankan Syariah Analisis Peran Bank Syariah Dalam Memasarkan Produk Di Masyarakat di 21 B yosomulyo Kota Metro

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan *(field risearch),* adapun sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Wawancara Dan Dokumentasi. wawancara dilakukan Kepada Masyarrakat 21 B Yosomulyo Kota Metro sedangkan dokumentasi digunakan sebagai pelangkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi berupa data – data terkait. Baik berupa Sejarah Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro maupun berkas yang penting lainnya, untuk mngetahui keadaan Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro.

Hasil penelitian, penulis menemukan bahwa peran Perbankan Syariah di 21 B Yosomulyo Kota Metro ketika menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix)* yang cakupannya Produk, Harga, Tempat dan Promosi Masyarakat 21 B Yosomulyo hanya mengetahui tanpa memahami Bank Syariah yang ada di Kota Metro. Dan dapat disimpulkan bahwa peran Perbankan Syariah dalam memasarkan Produk dan Jasa nya di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro kurang maksimal untuk menambahkan jumlah nasabah serta kurangnya Soasialisasi terhadap produknya sehingga Masyaraat 21 B Yosomulyo menjadi Nasabah di Bank Non Syariah.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Muhammmad Ridho Hardiyansyah

Npm :1704100226

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian – bagian tertentu yang di rujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka

Metro, 9 juni 2021

Muhammad Ridho Hardiyansyah
NPM. 1704100226

MOTTO

إِنَّ ٱلَّذِينَ يَشۡتَرُونَ بِعَهۡدِ ٱللَّهِ وَأَيۡمَٰنِهِمۡ ثَمَنًا قَلِيلاً أُوْلَٰٓئِكَ لَا خَلَٰقَ لَهُمۡ فِى ٱلۡأَٰخِرَةِ وَلَا
يُكَلِّمُهُمُ ٱللَّهُ وَلَا يَنظُرُ إِلَيۡهِمۡ يَوۡمَ ٱلۡقِيَٰمَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمۡ وَلَهُمۡ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

“sesungguh-nya orang – orang yang menukar janji-nya dengan Allah dan sumpah – sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bagian (pahala) di akhirat
(Qs ali Imran : 77)”

PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur kepada Alah SWT peneliti persembahkan skripsi ini kepada :

1. Ayahhanda Purwadi HS dan Ibu Apriyana yang sangat peneliti sayangi, yang tak pernah Lelah memberikan semangat serta doa yang paling utama untuk mendukung keberhasilan peneliti.
2. Keluargaku dari pihak ayah dan ibu yang selalu memberikan semangat dan doa.
3. Fitri Aulia Rahmadini yang telah menemani memberi motivasi untuk keberlangsungan penelitian ini.
4. Ade Yudha Pratama terimakasih kawan yang telah menemani serta memberikan bantuan selama penelitian ini berjalan
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif yang dapat membantu memperbaiki hasil penelitian ini

Metro, 9 juni 2021

Peneliti

Muhammmad Ridho Hardiyansyah
NPM : 1704100226

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas taufiq dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Produk Bank Syariah (studi kasus pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro) Skripsi ini adalah bagian dari presyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Perbankan Syariah Falkultas 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 terima kasih kepada :

1. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag. selaku Rektor IAIN Metro.
2. Dr. Mat Jalil, M.Hum selaku Dekan Falkultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dliyaul Haq, M.E.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Nizarudin, S.Ag.,M.A selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dan memberikan motivasi.
5. Bapak dan Ibu Dosen / karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Sahabat – sahabat yang selalu memberikan semangat dan motivasi bagi penelti.

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga hasil penelitian yang telah

dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam dunia perbankan.

Metro, 23 April 2021

Muhammmad Ridho Hardiyansyah
NPM : 1704100226

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **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

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Hasil Penelitian 6
D. Penelitian Relevan 7
`

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian pemasaran 10
B. Strategi pemasaran 11
   1. Pengertian Strategi Pemasaran 11
   2. Macam – macam Strategi Pemasaran 11
C. Strategi pemasaran Bank Syariah 12
   1. Pemasaran produk jasa bank (produk) 15

2. Harga produk jasa bank (price) 16
3. Tempat (place) 17
4. Promosi produk jasa bank 17
a. Periklanan..... 18
b. Promosi penjualan..... 18
c. Publitas..... 19
d. Penjualan pribadi..... 19
D. Strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah..... 19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan sifat penelitian 24
B. Sumber Data..... 25
1. Sumber data primer..... 25
2. Sumber data sekunder 26
C. Teknik pengumpulan data 27
D. Teknik Analisa Data..... 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro..... 33
1.Sejarah 21 B Yosomulyo Kota Metro..... 33
2.Visi dan Misi 21 B yosomulyo Kota Metro 35
3.Struktur desa 21 B yosomulyo Kota Metro..... 37
B. Profil Desa 21 B yosomulyo Kota Metro..... 38
1. Total masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro yang memiliki pinjaman di Bank Syariah 40
2. Total masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro yang menggunakan produk – produk di Bank Syariah..... 40
C. Urjensi Bank Syariah terhadap memasarkan produk di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro 41
D. Analisis Urjensi Bank Syariah terhadap memasarkan produk di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro..... 48

BAB V PENUNUTUP

A. Kesimpulan 52

B. Saran 52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah penduduk 21 B yosomulyo berdasarkan jenis pekerjaan dan mata pencarian 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Desa 21 B Yosomulyo 37

DAFTAR lAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Lulus Uji Turnitin
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto – Foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga Keuangan Syariah di Indonesia saat ini sangatlah pesat hal ini diawali dengan munculnya Bank Syariah pertama kali di Indonesia pada tahun 1991 walaupun agak terlambat dibanding Negara – Negara Muslim yang lain tetapi Perbankan Syariah di Indonesia akan terus berkembang di buktikan dari awal mula munculnya Bank Syariah pertama kali pada tahun 1991 buktikan dari awal mula munculnya Bank Syariah hanya ada beberapa unit tetapi sekarang tercatat sampai taahun 2005 ini setidaknya ada 2950 unit terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah) UUS (Unit Usaha syariah).

Sistem lembaga Keuangan di Indonesia di bagi menjadi dua jenis lembaga Keuangan yaitu lembaga Keuangan yaitu lembaga Keuangan Bank dan non bank. Lembaga keuangan bank disebut BUS (Bank Umum Syariah) ada juga bank umum konvensional yang menyediakan layanan Syariah atau bisa disebut UUS (Usaha Unit Syariah) dan Lembaga Keuangan Syariah ini lebih lengkap dari segala sisi di bandingkan dengan Lembaga Keuangan Syariah Non Bank. Lembaga Keuangan Syariah Bank ini di bawah naungan BI dan di awasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Sedangkan Lembaga Keuangan Syariah non bank ini lebih banyak jenisnya seperti Koperasi Syariah, Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, dan lain-lain. Dan lembaga-

lembaga tersebut di naungi oleh instansinya masing-masing. Akan tetapi pengawasan dari prinsip-prinsip Syariah baik itu Bank maupun non Bank seluruhnya di awasi oleh DSN (Dewan Syariah Nasional).Di lihat dari perkembangan zaman saat ini persaingan Perbankan di Indonesia sangatlah kompetitif baik itu Perbankan Syariah maupun Perbankan Konvensional.

Berdasarkan pasal 3 Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan, fungsi utama Bank dalah menghimpun dana dan menyalurkan dana Masyarakat, dilihat dari fungsi Bank tersebut Perbankan di Indonesia berlomba-lomba untuk meraih nasabah sebanyak-banyaknya baik itu nasabah pendanaan maupun nasabah Pembiayaan, dengan produk-produk yang di miliki baik itu produk pendanaan maupun produk Pembiayaan.

Celah peraturan untuk mendirikan bank terbuka lebar ketika pemerintah mengumumkan serangkaian kebijaksanaan di bidang Keuangan, moneter dan Perbankan yang disebutkan paket kebijaksanaan oktober memberikan kemudahan untuk mendirikan Bank Umum dan Bank Pengkreditan baru, pembukaan jaringan kantor Bank, peningkatan status menjadi Bank Devisa, dan lain-lain. Seiring dengan hal tersebut begitu juga yang dilakukan oleh Bank Syariah di Kota metro, sebagai lembaga keuangan syariah Bank atau Bank Syariah ini juga tidak mau kalah dalam persaingan Perbankan Perbankan khususnya yang ada di Kota Metro, dengan menunjukan eksistensinya di tengah-tengah Masyarakat Kota Metro terutama bagi pengusaha mikro serta bertujuan untuk menghilangkan pandangan Masyarakat

tentang bank, karena Masyarakat berfikir bahwa bank kurang memperhatikan usaha-usaha mikro dari masyarakat menengah ke bawah.

Sebagai lembaga keuangan, syariah atau Bank Syariah di Kota Metro berperan dalam memperbaiki perkembangan perekonomian di mayarakat, yang ditunjukan dalam kegiatan utamanya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan produk - produk unggulan sehingga bisa membuat para calon nasabah tertarik menjadi nasabah. Pada Bank syariah Kota Metro.

Bank syariah mernyebarkan brosur berupa produk – produk Bank syariah dan bersosialisasi kepada masyarakat serta menjelaskan produk – produkk yang ada di Bank Syariah[1]

Bank Syariah memasarkan produk – produknya di masyarakat 21 B Yosomulyo serta memberikan pemahaman tentang produk – produk – nya yang bertujuan untuk membuat masyarakat tertarik dan ingin menjadi nasabah di Bank Syariah[2] menurut prasurvai hasil penelitian yang bernama apriyana megatakan bahwa produk – produk bank syariah cukup baik dan berbasisi syariat islam.

Menurut emi yati bank syariah sangat memuaskan dikarenakan bagi hasilnya yang relatif kecil dan berbasisis islam sehingga dapat menjauhkan dari riba[3]

---

[1] APRIYANA, Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

[2] Jayanto, Masyarakat 21 B Yosomulyo, Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 29 April 2021

[3]Emi Yati Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

Menurut Jayanto produk – produk bank syariah baik dan sangat mudah persyaratannya da nada keringanan disaat nasabah penghasilan nya relative menurun.[4]

Menurut Rina Wati bank syariah tidak cukup baik dikarenakan ia belum mengetahui adanya Bank Syariah dan tidak adanya promosi bank syariah yang ia temukan selama ini.[5]

Menurut Sudarti bahwa Bank Syariah itu baik dan cukup mudah untuk mengajukannya dan sangat baik untruk perlayanan kepada pihak bank dan nasabah.[6]

Menurut Jaenah bahwa bank syariah itu ia belum mengetahuinya dan untruk produk produk nya pun ia belum mengetahuinya dikarenakan belum ada nya promosi bank syariah kepada Jaenah tersebut.[7]

Pegawai Bank Syariah terjun langsung dengan masyarakat dan menawarkan produk – produknya salah satu – nya berupa pinjaman kur dan menjelaskan secara langsung Kepada Masyarakat terkait produk yang

---

[4] Jayanto Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

[5] Rina Wati Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

[6] Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

[7] Jaenah Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

ditawarkan dan masyarakat yang mengunakan produk kur sejumlah 3 partisipan diantaranya.[8]: Jayanto, Apriyana, Ismanto

Menyampaikan produk-produk tersebut tidak semudah membalikan telapak tangan dibutuhkan strategi khusus yang dibangun oleh Bank Syariah Kota Metro, pada umumnya orang mengasumsikan mengenai pemasaran atau memasarkan barang yaitu menjual barang agar laku terjual. Hal tersebut hanyalah sebagian kecil dari kegiatan pemasaran. Pemasaran memiliki cakupan kegiatan yang luas. Pemasaran meliputi perumusan jenis produk, bagaimana cara menyalurkan produk kepada konsumen, seberapa tinggi harga yang seharusnya diterapkan terhadap produk tersebut yang cocok dengan kondisi konsumenya, bagaimana cara promosi mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen, dan bagaimana cara mengatasi kondisi persaingan yang dihadapi oleh perusahaan dan sebagainya.

Menurut hasil informasi Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro atas nama Farida, Eka Septiana Jemi Sahroni, Rohani terkait dengan ini mereka tidak mengetahui Bank Syariah dikarenakan belum pernah menggunakan Bank Syariah sama sekali mereka memiliki rasa keinginan untuk menggunakan produk- produk Bank Syari'ah dan mereka mempunyai keinginan untuk menggunakan produk – produk Bank Syariah sebagai bahan menambah modal usahanya.

[8] Ismanto, Masyarakat 21 B Yosomulyo, Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 29 April 2021

Memperhatikan hal tersebut diatas penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam tentang strategi pemasaran Bank Syariah Kota Metro untuk berkompetitif dengan Bank-Bank yang ada di kota Metro yang di tuangkan dalam judul: **"ANALISIS PERAN BANK SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK DI MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah,:

Bagaimana peran Bank Syariah dalam Memasarkan Produk di Masyarakat 21B Yosomulyo Kota Metro.

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Hasil Penelitian

1. Tujuan Penelitian:
   a. Untuk mengetahui apa saja strategi pemasaran syariah yang di lakukan pada Bank Syariah Kota Metro
   b. Untuk mengetahui siapa yang berperan penting dalam memasarkan prodiuk khususnya di Kota Metro
2. Manfaat Penelitian:
   a. Manfaat bagi penulis adalah penulis lebih mengetahui apa saja yang dilakukan Bank Syariah di Kota Metro Sehingga biasa berkompetitif dengan bank-bank lain di Kota Metro .

b. Bagi mahasiswa ini bisa menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya

c. Manfaat bagi Bank dapat mengevaluasi produk-produk unggulan dan strategi yang harus diertahankan sehinga bisa terus berkompetitisi.

D. Penelitian relevan

Berdasarkan penelitian yang ada maka ditemukan beberapa karya ilmiah yang mengangkat tema, oleh kaarena itu analisis peran Bank Syariah Dalam memasarkan produk pada masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro oleh karena itu penelitian dipaparkan oleh penelitian sebelumnya di antaranya yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yulis Marlinda judul : pengaruh pemasaran terhadap penggunaan produk warung mikro dengan minat nasabah sebagai variabel moderating, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry Banda Aceh, penyebaran di warung mikro dengan menggunaklan angket memiliki skala ordinal, untuk dapat melakukan pengujian nstatistikl skala tersebut dengan menggunakan method of siccisive inrterval (MSI)

   Persamaan dalam penelitian sebelumnya : sama sama mencari minat nasabah agar dapat atau mau berkontribusi produk produk bank.

   perbedaan dalam penelitian ini adalah: peneliti membahas tentang produk produk – produk pemasaran Bank Syariah dengan wawancara langsung kepada nasabah berbeda jika dibandingkan penelitian ini membahas produk mikro dengan penyeberan melalui angket.[9]

[9] Yulis Marlinda, Skripsi " *Pengaruh Pemasaran Terhadap Penggunaan Produk Warung Mikro Dengan Minat Nasabah sebagai Variabel Moderanting"*, (Banda Aceh, Unifersitas Islam Negeri Ar – Raniry, 2019), 93

2. Penelitian yang dilakukan oleh haris imawan judul: Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam penjualan produk bersaing di took studi store batoh, Unifersitas Islam Negeri Ar – Raniry dianalisa oleh penulis menggunakan analisis SWOT untuk memperoleh hasil penelitian yang kompleks sehingga memmberikan jawaban terhadap fokus penelitian tentang strategi pemasaran yang dilakukan took Saudi store batoh dalam meningkatkan keunnggulan kompetitif dengan menggunakan analisis SWOT penulis akan memfokuskan aspek – aspek terpenting pada kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman yang dimiliki took stoire batoh dalam kegiatran pemasarannya

   Persamaan dengan penelitian sebelumnya: sama sama memfokuskan tentang pemasaran.

   perbedaan dengan penelitian sebelumnya : ialah peneliti mewawancarai secara langsung kepada masyarakat kalau penelitian ini menggunakan analisis SWOT.[10]

3. Penelitian yang dilakukan oleh Eko wibowo judul: strategi pemasaran produk BSM tabungan berjangka, Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang ciputat, strategi pemasaran yang dilakukan BSM cabang ciputat adalah menggunakan 4 unsur baruan pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, tempat, dan promosi evaluasi strategi ini bertumpu pada pengorganisasian sumber daya manusia yang ditampakkan melalui struktur perusahaan dan kepemimpinan dengan melalui strategi baruan

[10] Haris Hermawan, Skripsi " *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Dalam Penjualan Produk Bersaing Di Took Saudi Batoh"*(Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar – Raniry, 2019), 69

pemasaran tersebut diharapkan masyarakat mengenal produk dari Bank Mandiri Syariah. [11]

Perbedaan dari skripsi sebelumnya: jika peneliti bertumpu pada masyarakat penelitian ini mennggunakan struktur perusahaan dan kepemimpinan.

Persamaaan dalam penelitian ini adalah : sama – sama memasarkan produk – produk syariah.

[11] Eko Ariyanto Wibowo, *Strategi Produk Pemasaran BSM Berjangka Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.2015)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan peruiklanan atau penjualan penjualan yang sebenarnya adalah kegiatan pemasaran hanyalah merupakan salah satu bagian kegiatan pemasaran yaitu hanya merupakan dari kegiatan pemasaran[1] yaitu hanya menyangkut kegiatan transaksi yang sesungguhnya dilakukan.

Tujuan pemasaran mencakup 3 unsur diantaranya adalah:

1. Konsumen potensional mengetahui secara detail produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka melalui produk yang dihasilkan
2. Perusahaan dapat menjalnkan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan mulai dari penjelasan mengenai produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk agar sampai ke lapangan konsumen secara tepat.
3. Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk yang cocok[2] dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

---

[1] Pandji anoraga, *menejemen bisnis, pt asdi mahasatya*, Jakarta pt rineka cipta, 2000, h 214

[2] M.anang firmansyah, pemasaran dasar dan konsep, Jakarta pt pustaka setia, 2000,h 64

B. Strategi pemasaran

1. Pengertian strategi pemasaran

Strategi berasal dari kata yunani yaitu strategi (*strategos*: melihat, *agic*: memimpin). Suatu siasat dalam menjalankan suatu tujuan tertentu atas prosedur yang mempunyai *alternative* pada berbagai langkah. Strategi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus[3] Strategi menurut Jhon mendefenisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar pesaing dan deali-faktor lingkungan.

Menurut Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat prsepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata sederhana di kepala, kepempininan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yng pertama, kemudian menjadi yang lebih baik[4].

2. Macam – macam strategi pemasaran

Macam – macam strategi Pemasaran diantaranya:

1. Strategi kebutuhan primer. Stratergi – strategi pemasaran yang digunakan sebagai merancang kebutuhan primer diantara- nya
   a. Menambah jumlah pemakaian dan

[3] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Pusat Bahasa, Edisi 4, Jakarta: PT. Gramedia Pusat Utama 2008, h.1340

[4] Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, h.29

b. Meningkatkan jumlah pembeli

2. Strategi Kebutuhan selektif diantaranya adalah :

a. Mempertahankan pelanggan diantaranya :

1. Memelihara Kepuasaan Pelanggan

2. Menyederhanakan proses pembelian

3. Mengurangi daya tarik dan jenjang untuk beralih merk

b. Menjaring pelanggan

1. Mengambil posisi dengan berhadapan

2. Mengambil posisi berbeda

Secara lebih jelas strategi pemasaran dapat dibagi kedalam empat jenis yaitu :

1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pemakai
2. Merangsang kebutuhan primer dengan memperbesar tingkat pembelian
3. Merangsang kebutuhan selektif dengan mempertahankan pelanggan yang ada
4. Merangsang kebutuhan selektif dengan menjaring pelanggan baru.[5]

C. Strategi pemasaran Perbankan Syariah

Setelah memahami pengertian pemasaran bagaimana dengan definisi Bank Syari'ah. Pertama memahami apa definisi Bank, dafinisi Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Kemudian definisi

[5] Lamsah, dkk. *Menejemen Pemasaran*, (Yogyakarta : cv budi utama, 2019), h. 8-9

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah.

Menurut penulis dari uraian diatas, penulis mngusulkan definisi manajemen pemasaran Bank Syari'ah adalah usaha Bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah untuk memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan/nasabah dalam masyarakat.

Strategi pemasaran Perbankan syariah tidak beda jauh dengan bank konvensional Seorang pemasaran bank syariah harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dan harus menjadi seorang komunikator yang baik yang idea berbicara benar bial-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapan seorang pemasar "terasa berat" dan berbobot. Al-Qur'an menyebutnya dengan istilah quran sadidan (pembicaran yang benar dan berbobot). Allah berfirman

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ ٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ وَقُولُوا۟ قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَـٰلَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ
ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَن يُطِعِ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ﴿٧١﴾

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada allah dan katakanlah perkataan yang benar (qaulan sadidan), niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu dan barang siapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya mendapatkan kemenangan yang besar"(QS. Al-ahzab:70-71)

Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling Ridho, sebagaimana firman Allah:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَـٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَـٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS. An- Nissa: 29)” [6]

Perbankan syariah di Indonesia tahun 2010 menargetkan 5% *market share* dari pengguna layananan perbankan di seluruh Indonesia, dan fondasi utama untuk mencapai target *market share* tersebut adalah pemasaran. Masih terjadi perdebatan antara konsep pemasaran dari bank berbasis syariah dan bank berbasis konvensional. Karena segala bentuk system manajemen dalam pemasaran mempunyai arah yang sama untuk mendapatkan *market share*. Hal yang terjadi pembeda adalah etika dari seorang pemasaran Islam yang harus benar-benar berbeda dengan para pemasaran Bank Konvensional.

Hal yang berbeda pun tampak pada tensi target dan atau segmen pasar yang berbeda. Apabila segmen pasar bank konvensional tidak hanya terbatas pada umat Islam dan halal haram usaha nasabahnya, segmen pasar Bank

[6] Departemen Agama Republik Indonesia, Al Quran Dan Terjemah Surabaya: Karya Agung, h.604

Syariah adalah umat Islam sebagai target utama dan memperhatikan penuh kehalalan usaha nasabahnya. Hal ini sagat masuk akal, Karena mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim. Sekalipun demikian, tentu saja harus ada proses dan usaha untuk meningkatkan daya saing bagi perbankan syariah untuk menguasai pasar Perbankan di Indonesia.

Perencanaan pemasaran produk jasa bank harus direncanakan dengan baik dan benar, rencana yang baik dan realistis dan menantang diperjuangkan dalam mencapai tujuan. Perencanaan jasa bank ini merupakan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang mencakup unsur 4p yaitu unsur-unsur *Product, Price, ,place, Promotion.*[7]

1. Pemasaran produk Jasa bank (*Produk)*

Produk perbankan adalah seluruh perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah. Jasa bank yang diberikan hendaknya memperhatikan kualitas dan kuantitas, kualitas yang disajikan oleh para ahli termasuk waktu pelayanan, teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah, kemasan atau bentuk jasa yang diberikan, merek bagi setiap jasa yang ditawarkan dan adanya jaminan terhadap jasa yang diberikan.

Produk jasa bank yang ditawarkan yaitu:

a. Sarana-sarana pengumpulan dana pihak ketiga, seperti rekening giro, deposito, tabungan.

[7] Gita Danupatra, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 40

b. Jenis-jenis pembiayaan yang diberikan.

c. Macam-macam pelayanan, seperti transfer, pembayaran listrik.[8]

2. Harga produk jasa bank (*Price)*

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menajdi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa Perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bagi bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasakan prinsip syariah adalah bagi hasil.Tujuan penentuan harga secara umum adalah untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar market share, untuk mengangkat mutu produk, membandingkan dengan harga pesaing.

Harga produk jasa bank yang akan ditawarkan yaitu:

a. Bagi hasil tabungan dana pihak ketiga

b. Bagi hasil pembiayaan

c. Biaya administrasi pelayanan[9]

---

[8] Akhmad Sefudin, *Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix)*, Of Applied Business And Economics, Unifersitas Indraprasta PGRI , Vol 1 No 1 (2014) : 20

[9] R ajeng Entaresmen Dan Desy Putri Pertiwi " *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Ib Hasanah Di pt. Bank Negara Indonesia Syariah ",*Menejemen Dan Pemasaran jasa Vol 9 No 1, (2016): 59.

3. Tempat *(place)*

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi kantor cabang bank, baik untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor 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 yang harus memberikan rasa yang aman kepada seluruh nasabahnya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank adalah pertimbangan yaitu

a. Dekat dengan kawasan daerah atau pabrik
b. Dekat dengan lokasi perkantoran
c. Dekat dengan lokasi pasar
d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat serta mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.

Place adalah tempat jadi pihak Bank harus biasa memilah posisi Strategi Pemasaran bagi produk – produk – nya untuk mencapai efektif pada suatu pemasaran.[10]

4. Promosi Produk Jasa Bank

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan dalam *marketing mix*, baik produk, harga dan lokasi. Dalam

[10] *Ibid*.,69

kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi, jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat sarana promosi yang digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas serta penjualan pribadi.[11]

a. Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti surat kabar, radio, telvisi dan lain sebagainya.

b. Promosi Penjualan

Promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa

[11] *Ibid*.

yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin**.**

c. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Oleh karena itu kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

d. Penjualan pribadi

Dalam pemilihan strategi promosi yang mempergunakan iklan, pihak bank dapat memilh cara dan media yang akan dipergunakan. Apakah promosi yang akan dilakukan menggunakan media cetak, elektronik ataukah keduanya. Bila manakah iklan ditayangkan dan berapa lama jangka waktunya. Hal ini harus dijawab dengan baik. Oleh para eksekutif bank agar promosi yang dilakukan sesuai dengan pemasaran yang tepat.[12]

D. Strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah

Setelah menyusun perencanaan pemasaran, barulah seorang marketing survey langsung ke lapangan. Dalam hal ini seorang marketing mendatangi langsung calon nasabah. Hal pertama yang harus dilakukan dalam survey langsung, seorang marketing melakukan silaturahmi dengan pengenalan mengenai bank tersebut. Namun sebelum merekrut nasabah lain (orang lain),

---

[12] Nencym.Ntogas, Jantje l. Sepang, Rudy S. Wenas, *Periklanan Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan Dan Publitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penerbit Andi Cabang Madado*, Universitas Sam Ratulangi, EMBA Vol 2 No.4, (2014): 550

pemasaran diharuskan merekrut kerabat-kerabatnya untuk menjadi nasabah di bank tersebut, karena hal tersebut telah menjadi pemicu kepada nasbah lain.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan tentu memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. ada beberapa tujuan suatu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran antara lain[13] :

1. Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa
2. Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
3. Memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya
4. Meningkatkan penjualan dan laba
5. Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing

Terkait dengan hal ini dalam meningkatkan nasabah strategi Pemasaran Bank Syarriah yangt digunakan ialah:[14]

1. Mengandalkan pola pemasaran tradisional yaitu dengan metode jemput bola
2. Promosi melalui brosur, sehingga nasabah mengetahui produk-produk yang ditawarkan bank tersebut baik produk dana maupun produk pembiayaan dan calon nasabah mengetahui keberadaan bank tersebut
3. Melakukan sosialisasi secara langsung untuk promosi kepada calon nasabah
4. Menetukan target baru atau sasaran baru
5. Melakukan promo dengan adanya hadiah yang akan diberikan

---

[13] Ali Hasan, *Marketing* (Yogyakarta : Media Utama, 2008), h 98.
[14] Makhalul Ilmi, *Teori Dan Praktek Mikro Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002, h. 61

Banyak manajer yang yakin bahwa nasabah adalah kunci utama untuk meraih laba, menganggap bahwa bagan tradisional sebuah piramida dengan presiden direktur dipuncak, manajemen ditengah, dan karyawan digaris depan (bagian penjualan dan pelayanan, penerima telpon, resepsionis) serta nasabah dibawahnya. Bagan seperti ini dianggap sudah deal.

Bank dengan pemasar yang handal lebih memahami masalah ini, mereka membalik bagan tersebut bagan tersebut, dan menempatkan nasabah di puncak organiasi, karyawan yang bertemu, melayani dan memuaskan nasabah, dibawah karyawan manjemen madya yang bertugas menyokong karyawan digaris depan, dan yang paling dasar adalah presiden direktur yang menyokong manejer madya.

Nasabah masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan jasa yang mereka beli, nasabah menentukan pilihan berdasarkan presepsi mereka akan kualitas, pelayanan, dan nilai. Pada sisi lain penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat diterimanya. Jika tidak, nasabah akan beralih ke produk pesaing. Bahkan, tingkat kualitas dan pelayanan yang hari ini dapat diterima, mungkin esok harinya tidak akan memadai bagi kosumen. Konsumen saat ini semakin terdidik, semakin banyak mempunyai uang, sehingga menutut lebih banyak dari produsen. Kualitas yang mereka tuntut semakin banyak.

Hubungannya sangat erat sekali antara kualitas produk, pelayanan, kepuasan nasabah, dan profitabilitas bank, semakin tinggi semakin tinggi kepuasan nasabah dan mendukung harga yang lebih tinggi. Oleh sebab itu biasanya peningkatan kualitas biasanya meningkatkan profitabilitas. Kualitas

adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan atau yang tersirat. Para manajer pemasaran mempunyai dua buah tanggung jawab dalam sebuah bank yang berpusat pada kulitas yaitu:[15]

1. Berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang akan dirancang untuk membantu bank unggul melalui kecemerlangan kualitas total.
2. Memberikan kualitas pemasaran setiap kegiatan riset pemasaran, pelatihan penjualan, periklanan, pelayanan nasabah, dan lain-lain dilakukan dengan standar tinggi.

Para marketing/ pemasaran memainkan beberapa peran dalam membantu bank mendefinisikan dan memberikan produk dan jasa yang berkualitas tinggi kepada sasaran, adapun perannya adalah sebagai berikut: [16]

1. Bertanggung jawab secara benar untuk mendefinisikan kebutuhan dan keinginan nasabah.
2. Mengomunikasikan harapan nasabah kepada perancang produk.
3. Memastikan bahwa pesanan nasabah dipenuhi secara benar dan tepat waktu.
4. Memastikan bahwa nasabah telah menerima instruksi, pelatihan, dan membantu teknis yang dapat dalam penggunaan produk.

---

[15] Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: PT Pustaka Setia, 2013, h.128

[16] *bid*, h.130

5. Tetap berhubungan dengan nasabah setelah penjualan terjadi, guna memastikan bahwa nasabah puas dan akan tetap puas.
6. Mengumpulkan gagasan nasabah untuk peyempurnaan produk/ jasa serta menyampaikan kepada departemen yang berkaitan di bank.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Sehubung dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti yaitu " analisis peran Bank Syariah dalam memasarkan produk di Masyarakat Yosomulyo (Studi kasus pada masyarakat 21 B yosomulyo Kota metro)". Maka peneliti kemukakan jenis dan sifat penelitian dibawah ini:

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(Field Research).* Dalam penelitian ini, peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh informasi mengenai permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini dilakukan di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota metro

Sifat penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan dilakukan tidak menggunakan prosedur statistik. Sedangkan menurut Ibnu Hajar (1996) penelitian kualitatif adalah menyajikan hasilnya dalam bentuk deskripsi naratif.[1] Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analalisis peran Bank Syariah dalam memasarkan produk di masyarakat Yosomulyo (Studi kasus pada masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

[1] Salim And Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2012), 41–44.

B. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan data skunder

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Yosomulyo , Rw 01, Kota Metro.

Dalam penelitian ini, penentuan jumlah informan menggunakan metode *Snowball Sampling.* Metode *Snowball Sampling* digunakan untuk menggali data mengenai permasalahan yang akan dikaji. Metode *Snowball Sampling* diperoleh melalui proses bergulir dari satu informan ke informan lainnya.[1] Jadi peneliti akan mencari informan secara bergulir dari satu informan ke informan lain sampai mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai permasalahan yang dikaji.

Kriteria yang akan dijadikan informan pada penelitian ini yaitu:

a. Informan adalah masyarakat yang tinggal di kelurahan Yosomulyo , Rw 01, Kota Metro.
b. Informan berusia produktif 20-50 tahun dan sudah mempunyai penghasilan atau sudah bekerja.
c. Informan Masyarakat yang mengetahui Bank Umum Syariah
d. Informan Masyarakat yang pernah menjadi nasabah Bank Umum Syariah Masyarakat yang memiliki pinjaman di Bank Syariah Kota Metro

[1] Anak Agung Putu Agung And Anik Yuesti, *Metodologi Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*, 47.

e. Informan masyarakat yang saat ini menjadi nasabah Bank Syariah Kota Metro.

Dari hasil wawancara yang bernama Apriyana menyatakan bahwa Bank Syariah mernyebarkan brosur berupa produk – produk Bank Syariah dan bersosialisasi kepada Masyarakat serta menjelaskan produk – produkk yang ada di Bank Syariah[2]

Dari hasil wawancara yang bernama Jayanto Bank Syariah memasarkan produk – produknya di masyarakat 21 B Yosommulyo serta memberikan pemahaman tentang produk–produknya yang bertujuan untuk membuat masyarakat tertarik dan ingin menjadi nasabah di Bank Syariah[3]

Dari hasil wawancara yang bernama Ismanto Pegawai Bank Syariah terjun langsung dengan masyarakat dan menawarkan produk–produknya salah satu – nya berupa pinjaman kur dan menjelaskan secara langsung kepada masyarakat terkait produk yang ditawarkan[4]

2. Sumber Data Skunder

Sumber data sekunder adalah data yang didapatkan peneliti dari buku-buku, jurnal atau dokumen resmi lainnya yang berkaitan dengan teori [5]Sumber data skunder pada penelitian ini adalah:

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Pusat Bahasa, Edisi 4, Jakarta: PT. Gramedia Pusat Utama 2008., Ali

---

[2] Apriyana, Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara,Kota Metro 29 April 2021

[3] Jayanto, Masyarakat 21 B Yosomulyo, Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 29 April 2021

[4] Ismanto, Masyarakat 21 B Yosomulyo, Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 29 April 2021

[5] *Ibid*., 63

Hasan, *Marketing Bank Syariah,* Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, Agus Hermawan, (Universitas Negeri Semarang), *Komunikasi pemasaran,* Jakarta: Erlangga, 2012., Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah,* Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010. , Pandji anoraga, *menejemen bisnis* (Jakarta : Rineka cipta 2009)., Kitab Suci Al-Quran Terjemah Departemen Agama Republik Indonesia, Surabaya: Karya Agung. , Gita Danupatra, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013. , Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002.,Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah,* Bandung: PT Pustaka setia, 2013, Hermawan Kartajaya dan Muhamad Syakhir, *Syariah Marketing,* Bandung:PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI, 2006. , Hermawan Kartajaya dan Muhamad Syakhir, *Syariah Marketing,* Bandung:PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI, 2006.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat kontribusi makna dalam suatu topik tertentu[6] Metode wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, jadi pertanyaan sudah disediakan peneliti mengenai analisis peran Bank Syariah dalam

[6]Salim And Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif*, 119.

Memasarkan produk di masyarakat di Yosomulyo. Namun tidak membatasi partisipan dalam memaparkan ide, pendapat, dan gagasan terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai masyarakat yang berdomisili di, Kelurahan Yosomulyo. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui informasi analisis peran Bank Sariah dalam memasarkan produk di masyarakat pada Kelurahan Yosomulyo , Kota Metro. Nama yang peneliti wawancarai diantaranya adalah, Apriyana, Jayanto, Ismanto

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu cara untuk memperoleh keterangan dalam bentuk tulisan sebagai alat untuk mengumpulkan data dan digunakan juga untuk memperkuat data yang diperoleh.

Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini adalah beberapa data yang peneliti dapatkan dari Kelurahan Yosomulyo diantaranya yaitu:

a. Data masyarakat yang memiliki pinjaman di bank

b. Data masyarakat yang menabung di bank syariah

D. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjelaskan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang

penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain[7]

Penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif, dimana penelitian tidak dimulai dari teori tetapi dimulai dari fakta empiris. Metode berfikir secara induktif yang peneliti gunakan dalam penelitian ini dimana peneliti terjun ke lapangan, mempelajari, mendeskripsikan data untuk menganalisis informasi mengenai persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah pada Kelurahan Yosomulyo Kota Metro, dan menarik kesimpulan mengenai permasalahan yang diteliti.

Langkah-langkah proses analisis data kualitatif dalam penelitian ini adalah[8]

1. Pengumpulan Data

   Pengumpulan data adalah langkah awal dalam penelitian. Dimana data yang diperoleh adalah data yang terkait dengan penelitian tersebut untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam rumusan masalah. Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, dan mencari partisipan untuk diwawancarai.

   Jadi hal utama yang peneliti lakukan pada saat dilapangan yaitu: orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama jadi

[7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabet;, 2015), 244.

[8] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah,* Vol.17, No.33 (Juni 2018): 83

akan dicatat oleh peneliti melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, dan pengambilan foto[9]

2. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya[10] Tahapan reduksi data bertujuan untuk menelaah secara keseluruhan data yang diperoleh dilapangan, yaitu mengenai analisis peran Bank Syariah Dalam Memasarkan Produk di Masyarakat Yosomulyo, Kota Metro, sehingga dapat menemukan jawaban pada rumusan masalah dari objek yang diteliti.

Kegiatan reduksi data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data catatan hasil wawancara dan hasil dokumentasi mengenai analisis peran Bank Syariah dalam memasarkan produk di masyarakat Yosomulyo Kota Metro, kemudian mencatat hal-hal yang dianggap penting berkaitan dengan penelitian.

Jadi hal utama yang peneliti lakukan pada saat dilapangan yaitu peneliti akan meringkas hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori, dan tema-tema, tujuannya agar jelas dan nantinya mudah dipahami[11]

---

[9] *Ibid*., 85-86.
[10]Salim and Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif*, 148.
[11] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, 91.

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik dan sejenisnya. Tujuan penyajian data adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam tahapan ini, peneliti melakukan penyajian data secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan tidak terjadi penumpukan.

Jadi hal utama yang peneliti lakukan pada saat dilapangan yaitu: penelti menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analis kembali[12]

4. Pengambilan Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data.[13] Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode berfikir induktif. Dalam penelitian ini, kesimpulan diperoleh dari tahap awal yaitu pengumpulan data di lapangan berupa dokumen - dokumen yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji, mencari informan untuk diwawancarai dan lain sebagainya. Kemudian reduksi data atau menelaah data yang diperoleh di lapangan seperti hasil wawancara dan dokumentasi. Kemudian menyajikan data dalam bentuk tabel, grafik dan lain sebagainya agar memudahkan menarik kesimpulan.

---

[12] Salim A.nd Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif*, 150.
[13] *Ibid.*, 150.

Jadi hal utama yang peneliti lakukan pada saat dilapangan yaitu: (1) memikir ulang selama penulisan, (2) tinjauan ulang catatan lapangan, (3) tinjauan kembali dan tukar pikiran antar teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif, (4) upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam perangkat data yang lain.[14]

[14] Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, 94.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro

1. Sejarah 21 B Yosomulyo Kota Metro

Sebagai hasil dari pemekaran wilayah Kota Metro, Sejarah Kelurahan Yosomulyo tidak terpisahkan dari sejarah berdirinya Kelurahan Yosodadi dalam naskah ini akan diuraikan dari awal berdirinya kelurahan tersebut. Pada tahun 1937 datang rombongan kolonisasi dari pulau jawa yang ditempatkan di bandeng 21 polos sejumlah 91 KK di bedeng no 21. A sejumlah 86 KK sehingga jumlah keseluruhan 177 KK rombongan kolonisasi tersebut berasal dari Jogjakarta dan ponorogo (Jatim) yang kemudian ditempatkan di tengah – tengah hutan, tempatnya di sebelah timur Kota Metro (kurang lebih 3 km dari Kota Metro Sekarang).

Rombongan tersebut sebelum ditempatkan di daerah yang baru, terlebih dahulu dipondokkan di daerah yang sudah dibuka/ digarap guna untuk mencari penghasilan di daerah dengan cara derep/ bawon. Kemudian setelah memperoleh bekal pangan lalu dipindahkan dari pondok menuju ke tempat yang baru bedeng No. 21 A dan 21 Polos yang dipimpin oleh saudara Kadiman setelah ditempatkan yang baru, mereka mengadakan gotong royong menebang hutan guna dijadikan lahan pekarangan dan ditanami tanaman pangan kemudian desa baru tersebut penduduknya sejumah kurang lebih 177 KK.

Pada tahun 1938 datang lagi rombongan kolonisasi yang ke–2 yaitu dari Wonogiri, Sragen dan Boyolali yang ditempatkan di Bedeng No. 21 B sejumlah 70 KK dipimpin oleh saudara Rais. Di Bedeng no 21. 21 C sejumlah 150 KK dipimpin oleh Saudara Atmosentono di Bedeng No. 21 D sejumlah 151 KK dipimpin oleh Saudara Abdurahman. Sehingga jumlah keseluruhan-nya 389 KK. Setelah menetap kurang lebih 3 bulan, rombongan tersebut dipekerjakan untuk membuat lendeng (saluran air sekunder) tanpa upah, hanya sekedar diberi 1 kilogram beras sebagai bahan makanannya.

Setelah diperkerjakan membuat saluran tersebut hingga selesai, maka rombongan tersebut diberi bagian hutan sebagai calon lahan pekarangan dan sawah wilayah kolonisasi ke-2 itulah yang sekarang ini menjadi Kelurahan Yosomulyo. pada tahun 1938 restart belum dibentuk/ ditunjuk pamong desa, hanya baru dibentuk/ ditunjuk pimpinan bedeng (kepala bedeng) dan dibantu tenaga adiministrasi serta jagat baya.

Kondisi sarana transportasi perhubungan masih cukup sulit, sedangkan jalan–jalan darurat yang ada baru jalan arah Metro ke Tanjungkarang. Jadi wilayah ini masih merupakan umbul tertutup tetap demi tahap rombongan kolonisasi mengalir terus sehingga bedeng no. 21 menjadi luas wilayahnya. Kemudian pada tahun 1940 setelah memenuhi syarat untuk dijadikan desa dibentuklah susunnan desa.

Dan perkembangan Masyarakat 21 B Yosomulyo saat ini secara perlahan mulai beralih pada suatu sektor pertanian dan sektor jasa

Ekonomi Kreatif maka dari itu Lurah beserta Masyarakat khusus- nya pada Masyarakat 21 B Yosomulyo masih menuju pada Ekonomi Kreatif agar perkembangan ekonomi menjadi maju dan berkembang dengan adanya program Ekonomi Kreatif tersebut[1].

2. Visi dan misi Kelurahan 21 B Yosomulyo Kota Metro

A. Visi

Mewujudkan Apatur yang mempuni serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan masyarakat

B. Misi

1. Meningkatkan kemampuan apatur melalui ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka meningkatkan produktivitas dan kinerja sosial
2. Mengembangkan tata laksana dan adiministrasi pelayanan masyarakat secara efektif dan efesien
3. Meningkatkan sumber daya manusia yang religius melalui peningkatan derajat kesehatan, Iman Dan Taqwa, penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi dan profasionalisme
4. Meningkatkan upaya peningkatan pendapatan daerah sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang – undangan yang berlaku

[1] Tri hartono, Lurah, *Wawancara* pada tanggal 25 juni 2021

5. Melaksanakan upaya – upaya pengembangan potensi ekonomi terutama pada industri rumah tangga, industri menengah yang mendukung terwujud wira usaha yang mandiri.
6. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan dengan upaya peningkatan berwadaya gotong royong.
7. Melaksanakan upaya–upaya penegakan perda perundang–undangan yang berlaku.[2]

[2] Tri hartono, Lurah, *Wawancara* pada tanggal 25 juni 2021

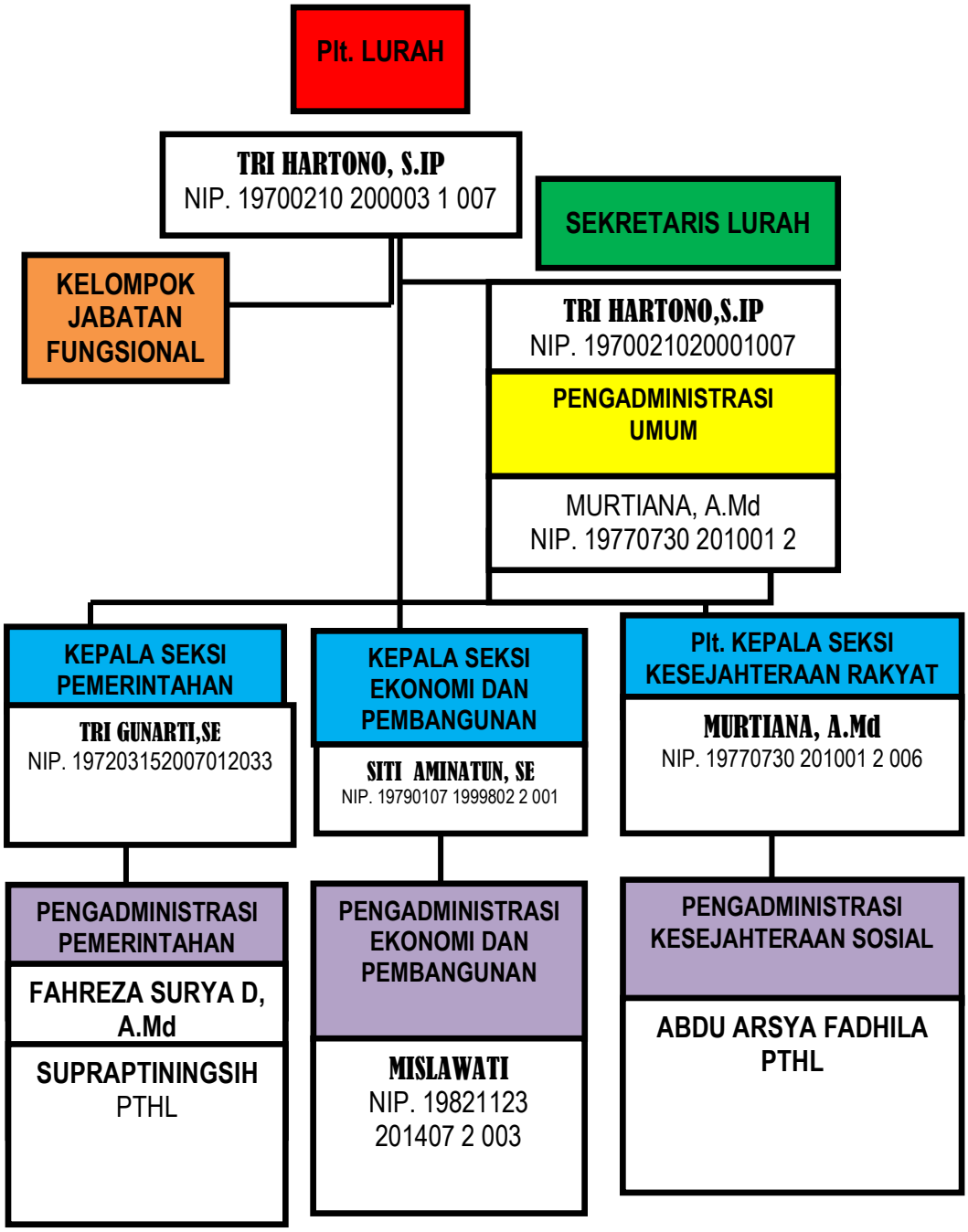
3. **Struktur Desa 21 B Yosomulyo Kota Metro**

Gambar 1.1

STRUKTUR ORGANISASI

KELURAHAN YOSOMULYO KECAMATAN METRO PUSAT

KOTA METRO TAHUN 2021



B. Profil Kelurahan 21 B Yosomulyo Kota Metro

Sebagai hasil dari pemekaran wilayah Kota Metro, Sejarah Kelurahan Yosomulyo tidak terpisahkan dari Sejarah berdirinya Kelurahan Yosodadi dalam naskah ini akan diuraikan dari awal berdirinya kelurahan tersebut. Pada tahun 1937 datang rombongan kolonisasi dari pulau jawa yang ditempatkan di bandeng 21 polos sejumlah 91 KK di bedeng no 21. A sejumlah 86 KK sehingga jumlah keseluruhan 177 KK rombongan kolonisasi tersebut berasal dari Jogjakarta dan Ponorogo (Jatim) yang kemudian ditempatkan di tengah – tengah hutan, tempatnya di sebelah Timur Kota Metro (kurang lebih 3 km dari Kota Metro Sekarang..

1. Luas wilayah : 85 Ha
2. Batasan wilayah
   a. Sebelah utara berbatasan dengan kelurahan karangrejo dan Kelurahan Hadimulyo Timur
   b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Yosodadi
   c. Sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Imipuro
   d. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Adirejo Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.
3. Jumblah penduduk : 2.444 jiwa
   a. Laki–laki : 1.148 jiwa
   b. Perempuan : 1.296 jiwa
4. Pekerjaan / mata pencarian

Tabel 1.1
Jumlah penduduk 21 B Yosomulyo berdasarkan jenis pekerjaan dan mata pencarian

No	Jenis pekerjaan	Jumlah
1	Petani	5 orang
2	Pedagang	8 orang
3	PNS/ POLRI / TNI	1 orang
4	Tukang	5 orang
5	Bidan / perawat	1 orang
6	Guru	30 orang
7	Sopir	20 orang
8	Buruh	40 orang
9	Belum bekerja/ lain – lain	60 orang

Data diatas menjelaskan bahwa lebih banyak atau mayoritas penduduk 21 B Yosomulyo bermata pencarian sebagai Guru dan Buruh hal ini menyebabkan masyarakat 21 B Yosomulyo dalam keseharian- nya di habiskan untuk 2 pekerjaan tersebut ada pun jumlah Penduduk 21 B Yosomulyo menurut Agama dan kepercayaan yaitu:

1. Islam : 2313 jiwa
2. Kristen : 58 jiwa
3. Katholik : 68 jiwa
4. Hindu : 8 jiwa
5. Budha : 5 jiwa

1. **Total masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro yang memiliki pinjaman di Bank Syariah**

   Masyarakat 21 B Yosomulyo dengan total 2.444 jiwa, dengan mengambil sampel 30 partisipan yang mempunyai pinjaman di Bank Syariah sebanyak 4 Partisipan dan yang tidak mempunyai pinjaman dari hasil wawancara terbuka oleh penulis dengan jumlah 26 partisipan.

2. **Total Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro Yang Menggunakan Produk – Produk Di Bank Syariah**

   Masyarakat 21 B Yosomulyo dengan total 2.444 jiwa, dengan mengambil sampel 25 partisipan yang menggunakan produk – produk Bank Syariah sebanyak 22 partisipan dan yang tidak menggunakan produk – produk Bank Syariah dari hasil wawancara terbuka oleh penulis dengan jumlah 3 partisipan.

3. **Total Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro Yang Belum Mengetahui Bank Syariah**

   Masyarakat 21 B Yosomulyo dengan total 2.444 jiwa, dengan mengambil sampel 30 partisipan dan yang tidak mengetahui bank syariah sejumlah 4 partisippan dengan hasil wawancara terbuka oleh peneliti dan hasil wawancara tersebut masyarakat 21 B yosomulyo Kota metro mereka menyatakan bahwa kurang promosinya bank syariah sehingga mereka menjadi belum mengetahui bank syariah.

C. Urgensi Bank Syariah Terhadap Memasarkan Produk Di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro

Bank Syariah saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, perlunya pemasaran–pemasaran produk di Masyarakat yang pada kesempatan kali ini telah menyebar di Masyarakat umum, khususnya pada Masyarakat 21 B Yosomulyo saat ini berfungsi untuk memperbaiki perkembangan perekonomian pada Masyarakat yang ditunjukkan dalam kegiatan utama–nya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana kepada Masyarakat dengan produk–produk unggulan, sehingga bisa membuat para calon nasabah tertarik menjadi nasabah di perbankkan syari'ah. Pemasaran produk merupakan usaha untuk meningkatkan nasabah dengan memperkenalkan produk–produk baru yang berkaitan dengan Bank Syariah.

Masyarakat 21 B Yosomulyo menggunakan produk–produk Bank Syariah sesuai dengan perkembangan zaman saat ini, untuk memenuhi kebutuhan-nya yang beraneka ragam, maka dari itu penulis mengambil kesimpulan untuk menganalisa pemasaran produk Bank Syariah di Masyarakat kelurahan 21 B Yosomulyo Kota Metro. Penulis melakukan wawancara terbuka kepada 30 partisipan.

Menurut Fahreza Surya, Suprapti Ningsih Dan Mislawati "terkait dengan hal ini Fahreza Surya, Suprapti Ningsih Dan Mislawati mengetahui adanya Bank Syariah pendapat ia tentang Bank Syariah tidak memuaskan karena ia tidak pernah memakai produk Bank Syariah sependapat ia tentang manfaat produk – produk Bank Syariah yaitu sesuai dengan Syariat Islam

selanjutnya mereka tidak pernah mengalami kesulitan dalam menggunakan produk Bank Syariah serta pinjaman di Bank Syariah maka dari itu mereka tidak ada rasa loyal untuk menggunakan produk – produk Bank Syariah.[3]

Terkait dengan jawaban diatas bahwa mereka mengetahui Bank Syariah dan ia tidak memiliki kesulitan dalam mengajukan produk-produk Bank Syariah dan pinjaman, karena ia tidak memiliki pinjaman di Bank Syariah.

Menurut Desi Rahmawati "Bisa di ketahui bahwa adanya Bank Syariah secara hukum sudah sesuai dengan aturan-aturan syari'at Islam. Selain hal itu manfaat produk– produk Bank Syariah menurutnya sudah memuaskan, karena ia menggunakan produk–produk Bank Syariah. Selanjutnya Desi Rahmawati tidak memiliki kesulitan dalam menggunakan produk–produk Bank Syariah, kecuali peminjaman di Bank syari'ah karena ia belum pernah melakukan peminjaman apapun di produk-produk Bank Syari'ah.[4]

Mengetahui pernyataan di atas bisa disimpulkan bahwa Desi Rahmawati sudah mengetahui adanya Bank Syariah dan ia tidak memiliki kesulitan dalam hal apapun ketika menggunakan produk–produk Bank Syariah selain itu peminjaman dalam hal ini tidak memiliki pinjaman sama sekali di Bank Syariah.

Menurut Imam Abdullah, Abnu Arsya Fadhila, dan Sudarti Budi "terkait dengan hal ini Imam Abdullah, Abnu Arsya Fadhila, Sudarti, Budi

[3] Fahreza Surya et al, Pegawai Kelurahan 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

[4] Desi Rahmawati, Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

dari hasil wawancara terbuka sudah mengetahui adanya Bank Syariah, karena secara aturan sudah berbasis Syariat Islam. Sependapat ia tentang manfaat produk– produk Bank Syariah hanya sebatas berbasis Islam atau prinsip–prinsip Islam. Selain hal diatas mereka pernah memiliki kesulitan dalam menggunakan produk–produk Bank Syariah dikarenakan ia mengajukan pinjaman di Bank Syariah dari segi prosedurnya. selain hal diatas ia tidak pernah mengalami kesulitan dalam mengajukan produk-produk Bank Syariah serta pinjaman di Bank Syariah. Maka dari itu mereka merasa mudah, cepat dan aman dalam menggunakan produk – produk Bank Syariah terkait dengan itu Imam Abdullah, Abnu Arsya Fadhila, Sudarti Budi memiliki rasa keinginan untuk menggunakan produk–produk Bank Syariah[5]

Terkait dengan jawaban bisa disimpulkan bahwa imam Abdullah, Abnu Arsya Fadhila, dan Budi sudah mengetahui Bank Syariah serta ia tidak memiliki kesulitan dalam menggunakan produk – produk Bank Syariah serta pinjaman di Bank Syariah.

Menurut Suharti, Farida, Eka Septiana, Jemi Sahroni, Rohani ”terkait dengan hal ini Suharti, Farida Eka Septiana, Jemi Sahroni, Rohani, tidak mengetahui adanya Bank Syariah karena belum pernah menggunakan Bank Syariah sama sekali. Suharti, Farida, Eka Septiana, Jemi Sahroni, Rohani memiliki rasa keinginan untuk menggunakan produk-produk bank syari’ah

[5] Imam Abdullah, Abnu Arsya Fadhila et.al Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

untuk menambah modal usaha yang di gunakan untuk memajukan usaha -yang ia tekuni. [6]

Terkait dengan jawaban di atas Suharti, Farida, Eka Septiana, Jemi Sahroni, dan Rohani tidak mengetahui esensi dari Bank Syariah serta ia belum mengetahui bagaimana cara dalam mengajukan produk–produk di Bank Syariah.

Menurut Tri Gunarti, "bahwa ia mengetahui Bank Syariah karena pernah menjadi nasabah di Bank Syariah. Pendapat ia tentang produk–produk Bank Syariah ini kurang memuaskan disebabkan pelayanannya belum maksimal seperti Bank Konvensional. Selanjutnya Tri Gunarti tidak memiliki kesulitan apapun dalam menggunakan produk–produk Bank Syariah. maka dari itu Tri Gunarti belum ingin menggunakan jasa-jasa perbankkan syari'ah.[7]

Bisa disimpulkan bahwa Tri Gunarti mengetahui Bank Syariah karena telah menggunakan Bank Syariah tetapi Tri Gunarti belum memiliki keinginan untuk menggunakan produk – produk Bank Syariah sebagai modal usaha- nya.

Menurut Katiyem, Dwi Efi Stianingsih, Emi Yati "terkait dengan hal ini katiyem, ia mengetahui adanya Bank Syariah karna pernah menjadi nasabah di Bank Syariah, sependapat ia tentang produk–produk Bank Syariah sangat memuaskan, karena berbasis Islam, berlandaskan Al Quran Dan Hadist terkait dengan hal ini Katiyem, Dwi Efi Stianingsih, dan Emi Yati tidak memiliki rasa keinginan untuk menambah modal usaha–nya dikarenakan ia

[6] Suharti, Farida et.al Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

[7] Tri Gunarti, Pegawai Kelurahan 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

belum memiliki minat untuk meminjam di Bank Syariah dengan alasan ia telah memiliki pinjaman di Bank Konvensional.[8]

Diketahui pernyataan di atas Katiyem, Dwi Efi Stianingsih, Emi Yati " mengetahui Bank Syariah di sebabkan telah menjadi nasabah Bank Syariah tetapi Katiyem, Dwi Efi Stianingsih, Emi Yati belum memiliki keinginan untuk menambahkan modal usaha-nya dengan alasan telah memiliki pinjaman di Bank Konvensional.

Menurut Rina Wati dengan hal ini Rina Wati "mengetahui Bank Syariah dikarena ia memiliki pinjaman di Bank Syariah, sependapat ia tentang produk–produk Bank Syariah baik dan memuaskan karena ia menggunakan produk–produk Bank Syariah berupa KUR (Kredit Usaha Rakyat). Terkait dengan hal ini Rina Wati telah menggunakan pinjaman di Bank Syariah sebagai modal usaha–nya yang ia tekuni.[9]

Terkait dengan jawaban di atas disimpulkan Rina Wati mengetahui Bank Syariah dan telah mengunakan produk–produk Bank Syariah sebagai modal usaha yang ia tekuni.

Menurut Fandi Ahmad, Tumini, Murtiana, Yusnaini, Juanda, Siti Amiatun,Titin Oktaviana, Hesti W, " mengetahui adanya Bank Syariah pendapat ia tentang Bank Syariah sangat memuaskan karena dapat terhindar dari riba dan didasarkan dengan Al-Quran Dan Hadist sependapat ia tentang manfaat produk-produk Bank Syariah yaitu dapat menghilangkan dari riba

[8] Katiyem, Dwi Efi Stianingsih et.al Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

[9] Rina Wati Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

karena riba dilarang oleh Agama Islam dan Bank Syariah diperbolehkan oleh Allah Swt. selanjutnya Fandi Ahmad, Tumini, Murtiana, Yusnaini, Juanda, Siti Amiatun,Titin Oktaviana, Hesti W tidak memiliki kesulitan untuk meminjam di bank syariah karena ia tidak memiliki pinjman di Bank Syariah maka dari itu Fandi Ahmad, Tumini, Murtiana, Yusnaini, Juanda, Siti Amiatun,Titin Oktaviana, Hesti W tidak ada minat untuk menggunakan produk – produk Bank Syariah[10]

Terkait dengan jawaban di atas bahwa Fandi Ahmad, Tumini, Murtiana, Yusnaini, Juanda, Siti Amiatun Titin Oktaviana, Hesti W, “ ia mengetahui Bank Syariah dan ia tidak pernah memiliki kesulitan dalam mengajukan produk – produk Bank Syariah dan pinjaman di Bank Syariah karena ia tidak memiliki pinjaman di Bank Syariah.

Menurut Ronal, Rahma yanti, “ mengetahui Bank Syariah dari Dakwah Islami pendapat ia tentang manfaat produk – produk Bank Syariah memuaskan karena sesuai dengan ajaran Islam selanjutnya Ronal, Rahma yanti, tidak pernah memiliki kesulitan dalam megajukan produk – produk Bank Syariah serta pinjaman di Bank Syariah maka dari itu Ronal tertarik untuk memiliki pinjaman di Bank Syariah.[11]

Terkait dengan pernyataan di atas bahwa Ronal, Rahma yanti, “ mengetahui Bank Syariah dan ia mengetahui dari Dakwah Islami dengan mendengarkan ceramah, kemudian ia mengatakan bahwa Ronal, Rahma yanti

[10] Fandi Ahmad, Tumini et.al Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

[11] Ronal, Rahma Yanti Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

tidak memiliki kesulitan dalam mengajukan produk- produk di Bank Syariah karena ia tertarik untuk memiliki pinjaman di Bank Syariah.

Menurut Widi Astuti "terkait dengan hal ini ia memberikan pernyataan bahwa ia mengetahui tentang Bank Syariah. Pendapat ia tentang produk–produk Bank Syariah tidak memuaskan dikarenakan ia belum menggunakan –nya. selanjutnya Widi Astuti tidak memiliki kesulitan di dalam mengajukan produk–produk Bank Syariah karena memang belum pernah sama sekali menggunakan produk-produk perbankkan syari'ah serta pinjaman di Bank Syariah maka dari itu Widi Astuti masih belum memiliki keinginan untuk menggunakan produk–produk Bank Syariah. Jika di kaitkan dengan peminjaman. Sepengetahuan ia dari saudara-saudaranya peminjaman di bank syari'ah itu mudah dan bisa di manfaatkan apalagi untuk modal usaha karena sifatnya bagi hasil berbeda dengan bank konvensional yang berbasis bunga.[12]

Terkait dengan jawaban di atas bahwa Wiadi Asttuti mengetahui Bank Syariah dan ia tidak memiliki kesulitan dalam mengajukan produk-produk Bank Syariah dan pinjaman di Bank Syariah dikarenakan ia masih belum memiliki pinjaman di Bank Syariah.

Menurut Erwansyah Amin " terkait dengan hal ini Erwansyah Amin mengetahui adanya Bank Syariah pendapat ia tentang Bank Syariah sangat memuaskan karena dapat terhindar dari Riba atau-pun bunga, pendapat ia tentang manfaat produk-produk Bank Syariah yaitu sangat mudah cepat dan aman selanjutnya Erwansyah Amin tidak pernah mengalami kesulitan dalam

[12]Widi Asrtuti Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

menggunakan produk Bank Syariah serta pinjaman di Bank Syariah maka dari itu Erwansyah Amin tidak memiliki rasa loyal untuk menggunakan produk – produk Bank Syariah.Terkait dengan hal ini modal usaha sama saja dengan bank-bank pada umumnya tidak beda jauh dengan bank non syari'ah lainnya sehingga manfaat yang ada di dalamnya sama hal-nya seperti yang lainnya. Jika dikaitkan untuk penambahan modal menurut partisipannya produk-produk bank syari'ah tidak beda jauh dengan bank-bank yang lainnya. [13]

Terkait dengan jawaban di atas bahwa Erwansyah Amin ia mengetahui Bank Syariah dan ia tidak memiliki kesulitan dalam mengajukan produk – produk Bank Syariah dan pinjaman di Bank Syariah karena ia tmemiliki pinjaman.

D. Analisis Urgensi Bank Syariah Terhadap Memasarkan Produk Di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro.

Perencanaan pemasaran produk – produk yang ada di Bank Syariah itu di rencanakan secara baik dan benar, hal ini dapat diterapkan di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro pemasaran yang baik dan ralitas dapat mencapai tujuan Bank Syariah itu sendiri perencanaan pemasaran Bank Syariah biasa menggunakan bauran pemasaran ataupun *marketing mix* yang mencakup unsur 4P yakni *Product, Price, Place, Promotion*:[14]

[13] Erwansyah Amin Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

[14] Gita Danupatra, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah* h. 40

1. Produk

Produk perbankan adalah seluruh perangkat yang dibeli dan dijual oleh Bank dan sangat banyak jumlahnya, karena Bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah.

Analisa penulis Masyarakat 21 B Yosomulyo belum banyak mengetahui tantang produk-produk Bank Syariah di karenakan kurang-nya pendekatan kepada Masyarakat untuk memperkenalkan produk – produk Bank Syariah jadi dari itu Masyarakat 21 B Yosomulyo banyak belum mengetahui Bank Syariah dan masih banyak- nya masyarakat 21 B Yosomulyo yang yang menggunakan Bank Konvensional selain Bank Syariah. Jadi pemahaman tentang produk itu tidak sesuai dengan yang biasanya di terapkan di bank syari'ah.

Terkait dengan hal ini Bank Syariah harus banyak promosi kepada Masyarakat khusus-nya pada Masyarakat 21 B Yosomulyo agar Masyarakat 21 B yosomulyo dapat memahami apa itu Bank Syariah dan apa saja yang tercantum pada produk – produk Bank Syariah.

2. Price

Harga merupakan suatu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix* penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa Perbankan dalam menetukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Jadi terkait dengan hal ini Bank Syariah harus menentukan harga produk-produk nya, Bank Syariah dan harus memasarkan suatu produk agar masyarakat 21 B Yosomulyo tertarik dengan biaya yang ringan dan sesuai aturan Syariat Islam. Jika di analisa pada Masyarakat 21 B Yosomulyo kebanyakan Masyarakat–nya, menginginkan Bank Syariah karena supaya terhindar dari riba serta bunga – bunga yang biasa- nya yang ada di Bank Konvensional. Bisa disimpulkan harga yang di gunakan Bank Syari'ah, setelah itu di korelasikan dengan masyarakat 21 B yosomulyo sangat sedikit pengetahuannya, tidak sama dengan apa yang bank syari'ah pasarkan pada umumnya.

3. Place

Kegiatan pemasaran yang ketiga adalah penentuan lokasi kantor cabang Bank, baik untuk Cabang Utama, Cabang Pembantu atau kantor kas, penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah untuk menjangkau setiap lokasi Bank yang ada.

Analisa dari Masyarakat 21 B Yosomulyo dapat diketahui bertermpat tinggal di tempat keramaian yang dimana di sana banyak Bank-Bank Syariah yang memasarkan jasa -jasa Bank Syariah sehingga Masyarakat 21 B Yosomulyo banyak yang mengetahui adanya Bank Syariah tersebut.bisa disimpulkan tempat berdirinya bank syari'ah yang ada di Kota Metro sudah sesuai dengan teori yang ada yakni tempat merupakan acuan pertama dan menjadi sarana strategi dalam peningkatan nasabah.

4. Promotion

Merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama penting-nya dengan ketiga kegiatan dalam *marketing mix*, baik produk , harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap Bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.

Analisa dari teori ini peran Bank Syariah melakukan promosi semaksimal mungkin sehingga Masyarkat 21 B Yosomulyo banyak yang mengetahui produk – produk Bank Syariah sejumlah 20 partisipan antara-nya yaitu: Fandi Ahmad dan Tumini. Jadi bisa disimpulkan tidak sesuai dengan promosi apa yang telah di lakukan oleh perbankkan syari'ah pada umumnya karena masyarakat mengetahui bank syari'ah hanya sekedar mengetahui tanpa lebih mendalam apa yang ada di perbankkan syari'ah pada umumnya.

Menurutnya Bank Syariah berbasis Islam dan sesuai dengan Al Quran dan Hadist dan pelayanan- nya sangat baik dan terhindar dari Riba dan dapat menjauhkan dari Riba selain itu Bank Syariah bagi hasil – nya relatif kecil.

BAB V

PENUNUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan peran Bank Syariah dalam memasarkan produk – produk nya di Masyarakat Kelurahan 21 B Yosomulyo banyak masyarakat nya tidak meengetahui Bank Syariah sejumlah 4 partisipan dan yang tidak menggunakan produk – produk Bank Syariah sejumlah 3 partisipan dan yang menggunakan produk – produk bank syariah sejumlah 22 partisipan jadi dapat bahwa Masyarakat Bank Syariah 21 B Yosomulyo Kota Metro hanya mengetahui tanpa memahami produk – produk yang disebarkan di media sosial dan lingkungan sekitar.

B. Saran

Saran bagi penlulis Kepada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro untuk lebih memahami produk – produk jasa Perbankan Syariah dan untuk perbankan syariah harus lebih mengembangkan produk – produknya agar tujuannya masyarakat 21 B yosomulyo dapat memahami apa itu bank syariah dan apa saja yang terdapat produk – produk bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah,* Vol.17, No.33 (Juni 2018)

Akhmad sefudin, *redefinisi bauran pemasaran (marketing mix)*, of Applied Business and Economics, unifersitas indraprasta PGRI , vol 1 no 1 (2014)

Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah,* Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010

Anak Agung Putu Agung and Anik Yuesti, *Metodologi Penelitian Bisnis Kuantitatif Dan Kualitatif*.

Ahmad Kailani, Chiori Ahmad et.al Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

Departemen Agama Republik Indonesia, al quran dan terjemah Surabaya: Karya Agung.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia,* Pusat Bahasa, Edisi 4, Jakarta: PT. Gramedia Pusat Utama 2008

Eko Ariyanto Wibowo, *strategi produk pemasaran BSM Berjangka pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat,* Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.2015)

Gita Danupatra, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Haris hermawan, skripsi " *analisis strategi pemasaran syariah dalam penjualan produk bersaing di took Saudi batoh"*(banda aceh, universitas islam negeri ar – raniry, 2019)

Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah,* Bandung: PT Pustaka setia, 2013

Lamsah, dkk. *Menejemen Pemasaran*, Yogyakarta : cv budi utama

Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2002

M.anang firmansyah, pemasaran dasar dan konsep, Jakarta pt pustaka setia, 2000

Nencym.ntogas, jantje l. sepang, rudy s. wenas, *periklanan penjualan pribadi, promosi penjualan dan publitas terhadap keputusan pembelian pada penerbit andi cabang madado*, universitas sam ratulangi, EMBA vol 2 no.4, (2014)

Pandji Anoraga, *Menejemen Bisnis* (Jakarta : Rineka cipta 2009),

Rajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi " *strategi pemasaran terhadap penjualan produk tabungan ib hasanah di pt. bank Negara Indonesia syariah ",*menejemen dan pemasaran jasa vol 9 no 1, (2016).

Ronal, Rahma Yanti Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni 2021

Rina Wati Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro, Wawancara, Kota Metro 25 Juni2021

Salim and Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Cita ustaka Media, 2012).

Salim and Syahrum, *Metode Penelitian Kualitatif*, 119.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015)

Yulis marlinda, skripsi " *pengaruh pemasaran terhadap penggunaan produk warung mikro dengan minat nasabah sebagai variabel moderanting"*, (banda aceh, unifersitas islam negeri ar – raniry, 2019)

LAMPIRAN LAMPIRAN

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;

Nomor : 3519/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020 — 14 Desember 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
Nizaruddin, S.Ag., M.H.
di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama	:	Muhammad Ridho Hardiyansah
NPM	:	1704100226
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	:	Analisis Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi mahasiswa sampai dengan selesai.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan 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.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH R.

ANALISIS PERAN BANK SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK DI MASYARAKAT
(Studi kasus pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Hasil Penelitian
D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi pemasaran
1. Pengertian Strategi Pemasaran

2. Macam – macam Strategi Pemasaran

B. Strategi pemasaran Bank Syariah

1. Pemasaran produk jasa bank (produk)
2. Harga produk jasa bank (price)
3. Tempat (place)
4. Promosi produk jasa bank
   a. Periklanan
   b. Promosi penjualan
   c. Publitas
   d. Penjualan pribadi

C. Strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan sifat penelitian

B. Sumber Data

1. Sumber data primer
2. Sumber data sekunder

C. Teknik pengumpulan data

D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro

1.Sejarah 21 B Yosomulyo Kota Metro

2.Visi dan Misi 21 B yosomulyo Kota Metro

3.Struktur desa 21 B yosomulyo Kota Metro

B. Profil Desa 21 B yosomulyo Kota Metro

1. Total masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro yang memiliki pinjaman di Bank Syariah
2. Total masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro yang menggunakan produk – produk di Bank Syariah

C. Urensi Bank Syariah terhadap memasarkan produk di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro

D. Analisis Urjensi Bank Syariah terhadap memasarkan produk di Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro

BAB V PENUNUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro,6 Mei 2021
Peneliti

Muhammmad Ridho Hardiyansyah
NPM : 1704100226

Mengetahui
Pembimbing

Nizaruddin S.Ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS PERAN BANK SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK DI MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada Masyaakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)

Wawancara

1. **Daftar Pertanyaan Yang Diajukan Kepada Bapak Tri Hartono selaku lurah 21 B Yosomulyo Kota metro .**
   a. Bagaimana sejarah Kelurahan 21 B Yosomulyo yang Bapak ketahui?
   b. Bagaimana Visi dan Misi Kelurahan 21 B Yosomulyo di saat Bapak menjabat Menjadi Lurah ?
   c. Apakah pandangan Bapak tentang perkembangan Kelurahan Masyarakat pada Bidang Ekonomi khususnya pada Masyarakat Kelurahan 21 B Yosomulyo saat ini ?
2. **Daftar Pertanyaan Yang Diajukan Kepada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro.**
   a. Apakah Bapak/ Ibu mengetahui tentang Bank Syariah ?
   b. Bagaimana pendapat bapak/ibu terhadap produk pemasaran Bank Syariah?
   c. Apa alasan Bapak/Ibu menggunakan produk – produk Bank Syariah ?
   d. Sejauh ini manfaat apa yang Bapak/Ibu peroleh dengan menggunakan produk –produk Bank Syariah ?
   e. Apakah Bapak/Ibu memiliki kesulitan dalam mengajukan produk -produk Bank Syariah ?

f. Apakah Bapak/Ibu sudah menggunakan pinjaman Bank Syariah untuk menggunakan sebagai Modal Usaha apakah ada kendala yang Bapak/Ibu alami ?

g. Seperti apa manfaat yang Bapak/Ibu rasakan sebelum dan sesudah menggunakan produk – produk di Bank Syariah ?

h. Bagaimna manfaat produk – produk Bank Syariah bagi Bapak/Ibu terhadap penambahan Modal Usaha?

Metro,22 Mei 2021
Peneliti

Muhammmad Ridho Hardiyansyah
NPM : 1704100226

Mengetahui
Pembimbing

Nizaruddin S.Ag,M.H
NIP : 197403021999031003

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 : B-1858/In.28/D.1/TL.00/06/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
LURAH DESA 21 B YOSOMULYO
KOTA METRO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1859/In.28/D.1/TL.01/06/2021, tanggal 25 Juni 2021 atas nama saudara:

Nama	: **MUHAMMAD RIDHO HARDIYANSAH**
NPM	: 1704100226
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DESA 21 B YOSOMULYO KOTA METRO, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISUS PERAN BANK SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK DI MASYARAKAT".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 Juni 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

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: B-1859/In.28/D.1/TL.01/06/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**MUHAMMAD RIDHO HARDIYANSAH**
NPM	:	1704100226
Semester	:	8 (Delapan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di DESA 21 B YOSOMULYO KOTA METRO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PERAN BANK SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK DI MASYARAKAT".
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 : 25 Juni 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat

PLt. UPTD YOSOMULYO,

TRI HARTONO,S.IP
Penata Tk. I
NIP. 19700210 200003 1 007

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Muhammad Ridho Hardiyansyah
NPM : 1704100226
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Peran Bank Syariah dalam Memasarkan Produk Di Masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat 21 B Yosomulyo Kota Metro)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 1 Agustus 2021
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Dliyaul Haq, M.E.I.
NIP.19810121201503002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
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-632/In.28/S/U.1/OT.01/06/2021

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

Nama	: Muhammad Ridho Hardiyansah
NPM	: 1704100226
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1704100226

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari segala administrasi di Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 01 Juli 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Kl.HajarDewantaraKampus15Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMMAD RIDHO H
NPM : 1704100226

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII/ 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 11/5 21		Perbaiki Rencana outline sesuai catatan	

Dosen Pembimbing I,

nizaruddin, S.ag., M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

MUHAMMAD RIDHO H
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMMAD RIDHO H
NPM : 1704100226

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII/ 202

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 31/5 21	Acc	Outline.	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag., M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

MUHAMMAD RIDHO H
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15AIringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226
Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 7/6 2021		- Perhatikan cara Penulisan huruf besar dan huruf kecil - Gunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar - setiap kutipan di beri penjelas	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 11/6 21	ACC Lanjut	Bab I s/d III APD	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226
Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 14/6/21	APD di perbaiki Pertanyaan ke Lurah tentang Profil/ sejarah kelurahan		

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Aliringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 22/6 21	ACC APD	Lanjut Penelitian	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226
Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 1/7 21		- Susunan Bab IV di Perbaiki - Pertanyaan yg ada dalam APD belum terjawab semua teliti kembali. setiap pertanyaan yg ada di APD harus ada jawab anggya di Bab IV.	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Aliringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	1/7 21 Kamis		Analisa Si Perbaiki lihat landasan teorinya.	

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Ridho H. **Fakultas/Jurusan : FEBI/ S1 PBS**
NPM : 1704100226 **Semester/TA : VIII/2020-2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
	Senin 12/7 2021	- Kesimpulan Belum Menjawab Pertanyaan dan Tujuan Penelitian - Sasaran harus jelas	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa

Muhammad Ridho H.
NPM. 1704100226

KEMENTRIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Ki.HajarDewantaraKampus15Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM : 1704100226
Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS
Semester/TA : VIII / 2021

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 12/7 21	- Hasil wawancara diperbaiki karena sering kali tidak konsisten antara pernyataan pertama dengan kedua. - Hati 2 dalam menganalisanya harus lihat landasan teori		

Dosen Pembimbing I,

Nizaruddin, S.ag.,M.H
NIP : 197403021999031003

Mahasiswa Ybs,

M.RIDHO HARDIYANSYAH
NPM. 1704100226

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Ridho H. **Fakultas/Jurusan : FEBI/ S1 PBS**
NPM : 1704100226 **Semester/TA : VIII/2020-2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
	Senin 26/7/21	Acc utk di Munaqosyahkan	

Dosen Pembimbing

Nizaruddin, S.Ag., M.H
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa

Muhammad Ridho H.
NPM. 1704100226

LAMPIRAN LAMPIRAN

FOTO DUKUMENTASI

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Muhammad Ridho Hardiyansyah dilahirkan di Kota Metro pada 31 maret 1998, anak pertama dari Bapak Purwadi dan Ibu Apriyana Pendidikan Taman Kanak – Kanak penulis di tempuh di Tk Kemala Bhayangkari, Kota Metro, kemudian Pendidikan penulis di tempuh di SD Negeri No 7 Metro pusat dan selesai pada Tahun 2011, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 10 Kota Metro dan selesai pada tahun 2014. Sedangkan Pendidikan Menengah Atas ditempuh di SMA Negeri 5 Kota Metro dan selesai pada tahun 2017, kemudian melanjutkan Pendidikan di IAIN Metro Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada semester 1 TA. 2017/2018