

SKRIPSI

**STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH
KANTOR KAS PURBOLINGGO**

Oleh :

**SEFTI WULANDARI
NPM. 1903020053**



**Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

**STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH
KANTOR KAS PURBOLINGGO**

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

Oleh :

SEFTI WULANDARI
NPM. 1903020053

Dosen Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Permohonan untuk Di Munaqosyahkan**

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka skripsi yang telah disusun oleh:

Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 1903020053
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul skripsi : STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Mei 2023
Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR
KAS PURBOLINGGO
Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 190302053
Fakultas : Ekonomi dan Bismis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

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

Metro, Mei 2023
Dosen Pembimbing



Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirang Mulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2337/11.28.3/D/PP.00.9/06/2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO, disusun oleh: Sefti Wulandari, NPM: 1903020053, Jurusan: SI Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/23 Juni 2023.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

Penguji I : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I

Penguji II : Yudhistira Ardana, M.E.K

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO

Oleh :
SEFTI WULANDARI
NPM. 1903020053

Perkembangan lembaga keuangan yang semakin pesat dan produk serta jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin beragam, oleh karena itu perusahaan harus memiliki strategi tersendiri dalam menghadapi persaingan. Salah satunya adalah strategi segmentasi pasar yang harus diperhatikan perusahaan dalam pemasaran. Dengan adanya segmentasi membuat pasar lebih terarah dan lebih mudah memahami kebutuhan atau perilaku nasabah. Dengan begitu memudahkan dalam menyusun strategi *marketing mix* yang tepat untuk nasabah. Peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi segmentasi pasar yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.

Peneliti memilih jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan di PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul maka peneliti menganalisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan menggunakan metode induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi segmentasi pasar yang dilakukan oleh pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan menggunakan pendekatan segmentasi demografis dan psikografis. Setelah proses segmentasi pasar dilakukan pihak BPRS melakukan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Strategi yang paling unggul dalam menarik perhatian dan minat nasabah adalah strategi promosi. Strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dengan membagikan brosur, mengadakan sosialisasi, memanfaatkan media sosial dan mendatangi rumah ke rumah (*door to door*) sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan pembiayaan sehingga sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Kata Kunci: *Strategi, Segmentasi Pasar, Nasabah*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 1903020053
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian – bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Mei 2023
Yang menyatakan



Sefti Wulandari
NPM. 1903020053

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

Artinya: “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.(QS. Al-Insyirah: 6-8)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, dan kesabaran untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Kedua Orang Tua Tercinta Ayahanda Zarkoni dan Ibu Samsiah yang sangat peneliti sayangi, yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang begitu luar biasa serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di IAIN Metro.
2. Kakak laki-laki ku Ari Wijaya dan Adikku Febri Nur Azizah, yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada pembimbing saya Ibu Ani Nurul Imtihanah. M.S.I yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dengan penuh rasa sabar.
4. Teman-teman terbaikku, yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Serta Almameter peneliti Institut Agama Islam Negeri Metro Lampung yang selalu peneliti banggakan.

Terimakasih peneliti ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk pengorbanan kalian semua. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang beruntung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas Taufik Hidayah dan Inayah-nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) jurusan Perbankan Syariah dari Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam (FEBI) IAIN Metro dan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).


Dalam upaya menyelesaikan skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Ani Nurul Imtihanah, M.S.I Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staf IAIN Metro yang telah memberikan banyak pengetahuan, bimbingan dan arahan selama menempuh pendidikan.

6. Bapak Misbakhul Munir, S.E selaku Kepala Kantor Kas dan keluarga besar BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna untuk seluruh pembaca dan peneliti selanjutnya.

Metro, Mei 2023
Peneliti,



Sefti Wulandari
NPM. 1903020053

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Penelitian Relevan	6

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Strategi Bauran Pemasaran.....	12
B. Strategi Segmentasi Pasar	14
1. Pengertian Segmentasi Pasar	14
2. Pendekatan Segmentasi Pasar	16
3. Manfaat Segmentasi Pasar	18

C. Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	19
1. Pengertian Nasabah.....	19
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Jasa BPRS Aman Syariah	20
3. Indikator Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Sifat Penelitian	25
B. Sumber Data.....	26
1. Sumber Data Primer.....	26
2. Sumber Data Sekunder.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	27
1. Wawancara.....	28
2. Dokumentasi	28
D. Teknik Analisa Data.....	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo	31
1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo	31
2. Visi dan Misi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo	33
3. Struktur Organisasi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo	35
4. Produk-Produk PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo	35
B. Strategi Segmentasi Pasar Yang Dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.....	39

C. Analisis Strategi Segmentasi Pasar BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolingo Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan	49
--	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Penutup.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah	
Kantor Kas Purbolinggo.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur	3
Tabel 4.1 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur 2022 Berdasarkan Usia.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK Judul)
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Balasan Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu awal dalam rangka mengenalkan produk pada konsumen disebut strategi pemasaran. Hal tersebut sangat penting karena berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang diperoleh perusahaan. Unsur utama proses manajemen pemasaran adalah strategi atau rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi dan juga menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya.¹

Segmentasi Pasar merupakan salah satu strategi pemasaran yang banyak diterapkan oleh perusahaan. Segmentasi pasar adalah strategi bisnis yang dilakukan dengan teknik atau prosedur-prosedur tertentu untuk memudahkan marketing dalam hal memilih pasar.² Segmentasi pasar tidak dibutuhkan selama tidak ada persaingan, akan tetapi dalam globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi seperti saat ini tidak ada produsen yang bebas dari persaingan. Segmentasi atau (pengelompokan) pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang berbeda.

¹ H. Muhamad Yusuf Saleh dan Miah Said, *Konsep & Strategi Pemasaran* (Makassar: CV Sah Media, 2019), 15.

² Andy Kridasusila, *Manajemen Pemasaran* (Semarang: Semarang University Press, 2007), 6.

Produk atau pasar diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mana yang akan dimasuki dengan cara menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.³ Segmentasi pasar dalam dunia perbankan merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Segmentasi menjadi dasar dan berperan penting bagi para pelaku perbankan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Seseorang memutuskan untuk memilih menjadi nasabah suatu bank berdasarkan kepercayaan terhadap pelayanan perbankan tersebut. Adanya kepercayaan atas pengelolaan dan pelayanan yang baik menjadi hal terpenting agar selalu mendapatkan perhatian dari nasabah.⁴

Keberadaan bank syariah di Indonesia telah diakui secara formal dengan diberlakukannya Undang-undang No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan. Menurut undang-undang tersebut, terdapat dua jenis bank syariah di Indonesia yaitu bank umum syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). BPRS pertama di Indonesia didirikan pada tahun 1991 di Jawa Barat.⁵

³ Saparso, *Marketing Process* (Jakarta: Ukrida Press, 2019), 208.

⁴ Serfasia Laia, Yohanes Dakhi, *Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di UD.Lis Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan*, Vol.6, 2021, 37.

⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), 2.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo sendiri baru berdiri pada tanggal 14 April 2019. Dalam BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo terdapat produk pembiayaan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Pembiayaan tersebut yaitu penyediaan uang atau barang berdasarkan persetujuan atau kesepakatan BPRS Aman Syariah dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau barang tersebut setelah jangka waktu tertentu yang telah disepakati dengan bagi hasil yang disepakati pula.

BPRS Aman Syariah memiliki jumlah nasabah yang relatif sedikit yaitu 46 nasabah dari awal tahun 2019 sampai dengan 170 nasabah, sehingga dapat berpengaruh terhadap tinggi atau rendahnya dana yang disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Adapun pertumbuhan jumlah nasabah produk pembiayaan pada BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo pada tahun 2019 - 2022, dapat kita lihat pada tabel berikut :⁶

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur

Tahun	Jumlah Nasabah Pembiayaan
2019	46
2020	94
2021	129
2022	170

Sumber : BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo tahun 2019 sampai 2022

⁶ Arsip bagian Pembiayaan, PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Berdasarkan keterangan tabel jumlah nasabah pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo pada tahun 2019 sampai 2022 tiap tahunnya sudah mengalami peningkatan, akan tetapi tidak mengalami peningkatan nasabah secara signifikan. Pada tahun 2019 sampai 2020 peningkatan jumlah nasabah mencapai 48 nasabah. Akan tetapi pada tahun 2020 sampai 2021 peningkatan jumlah nasabah mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu hanya mencapai 35 nasabah. Salah satu faktor penyebabnya yaitu pandemi covid-19 dan faktor lokasi BPRS Aman Syariah yang berdekatan dengan lembaga keuangan lainnya sehingga banyaknya persaingan. Pada tahun 2021 sampai 2022 peningkatan jumlah nasabah mencapai 41 nasabah.

Menurut informasi dari Bapak Misbakhul Munir⁷, Sejak awal berdirinya BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ini peminatnya masih relatif sedikit dikarenakan banyaknya persaingan dengan lembaga keuangan atau bank-bank lainnya, seperti BMT Assyafi'iyah Cab Purbolinggo dan PT. Mega Central Finance. BPRS Aman Syariah dituntut agar mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Produk Pembiayaan yang ditawarkan BPRS Aman Syariah yaitu Pembiayaan bagi hasil, Pembiayaan kepemilikan barang/jual beli dan Pembiayaan multijasa. Yang menjadi keunggulannya yaitu secara konsep BPRS Aman Syariah memberikan layanan bebas bunga kepada nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi.

⁷ Bapak Misbakhul Munir, Kepala Kantor Kas BPRS Aman Syariah Purbolinggo, wawancara pada tanggal 14 Desember 2022 pukul 10.00 WIB.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk menulis skripsi yang berjudul **“STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabah?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti pada penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana strategi segmentasi pasar yang dilakukan PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan khazanah ilmu pengetahuan kepada pembaca serta wawasan yang luas mengenai strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca mengenai praktik di lembaga keuangan syariah tentang strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dan memberikan kontribusi yang menguntungkan dan sebagai bahan evaluasi bagi perkembangan dan kemajuan di PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

D. Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu adalah suatu kegiatan untuk menemukan inspirasi dan gambaran tentang sesuatu yang akan diteliti. Dalam hal ini peneliti mengambil beberapa skripsi yang mempunyai keterkaitan dengan judul penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai perbandingan:

1. Erista Lutfi Ervina dan Mansur Azis, 2022 melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabunganku Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun”.⁸

⁸ Erista Lutfi Ervina dan Mansur Azis, “*Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabunganku Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun*”, Ponorogo: Journal of Islamic Banking and Finance 1, no.2(2022).

Hasil dari penelitian ini yaitu Bank Muamalat KCP Madiun hanya melakukan segmentasi geografis yang luas, juga menerapkan pengelompokan konsumen sesuai pasar tetapi belum ada hasil yang signifikan. Faktor pendukung segmentasi pasar pada produk tabunganku pada Bank Muamalat KCP Madiun yaitu Produk tabunganku merupakan produk yang bisa terjangkau oleh semua kalangan usia, memiliki saldo awal yang rendah, bebas biaya administrasi dan segmentasi wilayahnya pun sudah menyeluruh mencakup desa ataupun kota di wilayah Madiun. Faktor Penghambat segmentasi pasar pada produk tabunganku yaitu tidak adanya fasilitas ATM sehingga membuat nasabah langsung ke bank dalam melakukan penarikan uang.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama sama ingin mengetahui strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya adalah peneliti ini ingin mengetahui bagaimana strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tabunganku di Bank Muamalat kantor cabang pembantu Madiun, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terfokus pada nasabah pembiayaan pada BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung timur.

2. Yahdi Ilal Rusdi, 2018 melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Payakumbuh”.⁹

Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa sangat pentingnya strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah, yaitu dengan *marketing mix* dan untuk menarik minat nasabah akan produk warung mikro adalah dengan memonitoring terhadap nasabah pembiayaan mikro, mengembangkan variasi produk pembiayaan warung mikro dan melakukan sosialisasi dengan masyarakat. Metode yang digunakan pada peneliti tersebut adalah kualitatif.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif dan sama-sama ingin mengetahui strategi pemasaran atau segmentasi pasar yang dilakukan pada produk pembiayaan. Perbedaannya adalah peneliti ini ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro dalam upaya menarik minat nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Payakumbuh sedangkan peneliti yang akan peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

⁹ Yahdi Ilal Rusdi, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Payakumbuh*, Skripsi, program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2018.

3. Noza Nofrida Yanti, 2018 melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Jumlah Nasabah Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kc Bukittinggi”¹⁰.

Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh segmentasi, targeting, dan positioning terhadap jumlah nasabah tabungan IB siaga pada bank syariah Bukopin Bukittinggi tersebut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis pengaruh segmentasi, targeting dan positioning terhadap jumlah nasabah tabungan IB Siaga dimana pelayanan yang dijalankan oleh Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi telah sesuai dengan Sop (Standar Operasional Perbankan) dan juga marketingnya sudah aktif memasarkan produk dan memperkenalkan produk Tabungan IB Siaga kepada masyarakat banyak. Dan juga dalam prakteknya Bank Syariah Bukopin KC Bukittinggi telah melakukan perbaikan-perbaikan produk terhadap Tabungan IB Siaga produk ini dijual kepada nasabah dengan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam pembukaan buku tabungan, sehingga calon nasabah tidak ada beban dalam pembukaan buku tabungan.

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu sama sama ingin mengetahui analisis segmentasi pasar terhadap jumlah nasabah. Perbedaanya adalah peneliti ini terfokus

¹⁰ Noza Nofrida Yanti, *Analisis Pengaruh Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Jumlah Nasabah Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kc Bukittinggi*, program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2018.

pada nasabah Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kc Bukittinggi sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terfokus pada nasabah pembiayaan pada BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung timur.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Bagi perusahaan kegiatan pemasaran merupakan suatu hal yang pokok dalam mencapai tujuan karena kegiatan pemasaran diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba. Pengertian pemasaran tidak lain daripada suatu proses perpindahan barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Atau dapat dikatakan pula bahwa pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Sesuai dengan definisi pemasaran, yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikannya agar produk dikenal konsumen dan mendistribusikan produk ke tempat tujuan, maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen.¹

Dengan demikian bahwa ruang lingkup pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen. Jangkauan pemasaran sangatlah luas, berbagai tahap kegiatan

¹ Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), 320.

harus dilalui oleh barang-barang dan jasa sebelum sampai ke tangan konsumen. Ruang lingkup yang luas itu kemudian dapat disederhanakan menjadi empat kegiatan utama yang lazim disebut sebagai 4P dalam pemasaran.²

2. Strategi Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan suatu alat pemasaran yang dijadikan strategi dalam kegiatan perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan yang optimal. Manajemen Pemasaran mengenal empat strategi pemasaran yang lazim disebut bauran pemasaran barang 4P, yaitu Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*). Berikut dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran 4P:³

a. Produk (*Product*)

Merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk memenuhi tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jadi pada hakikatnya produk tersebut dibuat agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Produk berupa barang dapat dibeda-bedakan atau diklasifikasikan menurut macamnya. Mutu produk menunjukkan kemampuan sebuah produk untuk menjalankan fungsinya, ciri produk merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dengan produk

² M.Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 26.

³Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 9.

pesaing sedangkan desain dapat menyumbangkan kegunaan atau manfaat produk serta coraknya.

b. Harga (*Price*)

Merupakan suatu sistem manajemen perusahaan yang akan menentukan harga dasar yang tepat bagi produk atau jasa dan harus menentukan strategi yang menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos angkut dan berbagai variabel yang bersangkutan. Strategi penetapan harga menjadi penting di atas kesadaran pemasar bahwa faktor harga berperan dalam memengaruhi pengguna untuk membeli dan tetap menjadi pelanggan suatu produk.

c. Tempat (*Place*)

Merupakan lokasi untuk melakukan proses jual beli suatu produk baik barang maupun jasa. Pada strategi ini sangat berpengaruh juga terhadap lakunya suatu produk yang akan dipasarkan. Dengan tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh orang banyak maka produk tersebut akan lebih dikenal oleh masyarakat luas dan kemungkinan besar produk yang dipasarkan akan lebih cepat untuk dikenal banyak orang.

d. Promosi (*Promotion*)

Salah satu hal yang sangat penting yaitu adanya promosi, tujuan utama dari promosi adalah agar konsumen lebih mengenal serta merasa tertarik untuk mencoba membeli produk. Baik itu produk berupa barang atau jasa. Dalam kegiatan promosi, perusahaan harus

mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif terhadap produk yang dijual. Dalam usaha tersebut berbagai kaedah promosi perlu dilaksanakan agar pengguna mengetahui, memahami dan membuat keputusan untuk menggunakan produk.⁴ Promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk yang digunakan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan, baik dengan iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan maupun dengan publisitas.

B. Strategi Segmentasi Pasar

1. Pengertian Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar menurut Philip Kotler adalah pembagian sebuah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Segmentasi pasar dapat dikatakan sebagai pembagian pasar yang berbeda-beda (heterogen), dimana setiap kelompoknya bisa ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik pembeli yang ada di pasar tersebut. Segmentasi pasar adalah pengelompokan pasar menjadi kelompok-kelompok yang homogen, dimana setiap kelompok (bagian) dapat dipilih sebagai pasar yang dituju (ditargetkan) untuk pemasaran suatu produk.⁵

Menurut Gary Armstrong segmentasi pasar merupakan suatu langkah awal pemasaran (*marketing*) untuk membagi-bagi berbagai macam

⁴ *Ibid*, 10

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 2015), 89.

konsumen yang ada di pasar dan memilih salah satu bagian dari segmentasi tersebut yang akan dijadikan target pemasaran. Yang dimaksud target pemasaran di atas adalah jenis konsumen yang dipilih merupakan tujuan pemasaran (*marketing goals*) tujuan utama segmentasi pasar adalah untuk menarik simpati semua pelanggan yang berpotensi. Pemasaran yang tidak memiliki target adalah sia-sia, karena ada banyak kelompok pelanggan yang mungkin tidak tertarik untuk membeli jasa yang dijual.⁶

Segmentasi (pengelompokan) pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Atau Segmentasi pasar bisa diartikan proses pengidentifikasian dan menganalisis para pembeli di pasar produk, menganalisis perbedaan antara pembeli di pasar.⁷

Demikian dari uraian dan definisi tersebut dapat diketahui bahwa strategi segmentasi pasar merupakan inti dari strategi pemasaran, karena strategi pemasaran menyangkut dua kegiatan yaitu:

- a. Pemilihan pasar yang akan dijadikan sasaran penjualan di mana suatu kegiatan yang menentukan kemampuan untuk mengatur secara efektif kesempatan penjualan di berbagai segmentasi pasar.
- b. Dengan memakai strategi segmentasi pasar, sebuah perusahaan dapat merancang produk yang benar-benar cocok dengan permintaan pasar.

⁶ *Ibid*,102

⁷ Farida Yulianti.Lamsah et al., *Manajemen Pemasaran* (Sleman:CV Budi Utama,2019),

2. Pendekatan Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan bagian dari kegiatan yang dilakukan oleh pemasar dalam rangka mencari pelanggan yang diharapkan dan dikehendaki. Sehingga segmentasi pasar merupakan kegiatan pemasar di dalam menghadapi pasar yang telah menjadi target penjualannya. Mengingat pasar yang terjadi dapat melingkupi segala bagian elemen yang ada di pasar, maka pihak pemasar akan memilih pasar tersebut sesuai dengan target yang akan dikehendakinya. Atau mungkin pihak pemasar tidak melakukan pembagian terhadap pasar sasarannya, bahwa pasar tersedia itu juga menjadi target pemasarannya. Hal demikian berarti pihak perusahaan tidak melakukan segmentasi.⁸

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda dan mungkin memerlukan produk. Bank dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai kriteria yang diinginkan. Pembagian pasar akan memudahkan bank dalam menentukan nasabah atau konsumen sasarannya. Dalam melakukan segmentasi pasar terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan. Variabel segmentasi yang umum digunakan adalah sebagai berikut:⁹

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis digunakan untuk mengklasifikasikan pasar berdasarkan lokasi yang akan mempengaruhi biaya operasional dan

⁸ Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa* (Malang: Dioma, 2004), 59.

⁹ M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012),

jumlah permintaan secara berbeda. Dalam segmentasi geografis, pasar dibagi menjadi unit geografis, seperti: negara, provinsi, perkotaan, dan perdesaan. Sebuah bank mungkin dapat memutuskan untuk beroperasi di semua wilayah tetapi lebih memperhatikan perbedaan kebutuhan dan keinginan yang dijumpai. Sebab kebutuhan masing-masing unit geografis akan berbeda, misalkan antara kebutuhan masyarakat di perkotaan dengan di perdesaan pasti akan berbeda.

b. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis, pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, generasi kewarganegaraan, dan kelas sosial. Variabel-variabel demografis adalah dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pelanggan. Hal ini karena kebutuhan konsumen, keinginan, dan tingkat penggunaan sering kali sangat dekat dengan variabel demografi, dan variabel ini lebih mudah diukur daripada jenis variabel segmentasi lainnya.

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis, segmentasi pasar ini dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variabel-variabel pola atau gaya hidup dan kepribadian. Sebagai contoh, segmentasi pasar masyarakat yang gaya konsumtif dan mewah berbeda dengan pasar masyarakat yang gaya hidup produktif

dan hemat yang mementingkan kualitas dengan harga yang relatif murah.

d. Segmentasi Prilaku

Dalam segmentasi prilaku, pasar diklasifikasi dalam kelompok-kelompok yang dibedakan pengetahuan, sikap, penggunaan atau respon terhadap suatu produk. Pembagian pasar dilakukan hanya dengan tertentu atau untuk kaum yang peduli terhadap hal-hal tertentu.

Segmentasi perilaku berfokus pada apakah orang membeli dan menggunakan suatu produk atau tidak, disamping beberapa sering dan berapa banyak yang dipakainya. Dengan demikian, konsumen bisa dikelompokkan berdasarkan tingkat pemakaian menjadi: pemakai kelas berat, pemakai sedang, pemakai ringan, dan bukan pemakai. Dalam hal melakukan segmentasi maupun pasar industri bank dapat memilih beberapa variabel sekaligus.¹⁰

3. Manfaat Segmentasi Pasar.

Segmentasi pasar memiliki peran penting bagi perusahaan karena berbagai manfaat yang diberikannya. Adapun manfaat segmentasi pasar adalah sebagai berikut :¹¹

- a. Perusahaan akan dapat mendeteksi secara dini dan tepat mengenai kecenderungan-kecenderungan dalam pasar yang senantiasa berubah.
- b. Dapat mendesign produk yang benar-benar sesuai dengan permintaan pasar.

¹⁰ *Ibid*, 91.

¹¹ *Ibid*, 229.

- c. Dapat menentukan Kampanye dari periklanan yang paling efektif.
- d. Dapat mengarahkan dana promosi yang tersedia melalui media yang tepat bagi segmen yang diperkirakan akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar.
- e. Dapat digunakan untuk mengukur usaha promosi sesuai dengan masa atau periode-periode dimana reaksi pasar cukup besar.

C. Segmentasi Pasar dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (costumer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.¹²

Menurut undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai berikut: Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹³

Nasabah merupakan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman pada sebuah bank.¹⁴

¹² Mislah Hayati Nasution dan Sutisna, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking*”, Bogor: Jurnal Nisbah 4, no.1(2012), 65.

¹³ Undang-Undang Nomor. 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan Pasal 1.

¹⁴ Dwi Perwitasari Wiryaningtyas, “*Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, no.2, 50.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang yang menggunakan jasa/pelayanan bank atau sering juga disebut sebagai pelanggan dalam sebuah bank. Dalam pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa orang atau badan usaha yang sedang menggunakan jasa produk dalam bank tersebut dan mempunyai rekening simpanan maupaun pinjaman.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah

Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah terbagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah :¹⁵

a. Faktor Internal

- 1) Usia, dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia. Keputusan membeli seseorang terhadap barang dan jasa akan berbeda sepanjang hidupnya.
- 2) Pekerjaan dan situasi ekonomi, pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya. Pilihan akan keputusan membeli

¹⁵ Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, “Analisis Minat Nasabah Non-Muslim Untuk Melakukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima Medan”, Medan:Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, no.4(2022), 80.

sebuah produk dipengaruhi oleh keadaan situasi ekonomi seseorang.

- 3) Gaya hidup, individu dengan latar belakang gaya hidup yang berbeda memiliki kecenderungan berbeda pula dalam perilaku pembeliannya. Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh keluarga, situasi pekerjaan, dan hobi.
- 4) Motivasi, seseorang individu dalam kehidupan bermasyarakat juga memerlukan motivasi untuk menjalani hidupnya, motivasi sendiri juga dapat mempengaruhi seorang individu dalam melakukan perilaku pembelian.
- 5) Keyakinan dan sikap, seorang pemasar biasanya memperhatikan keyakinan konsumennya akan produknya, sering kali seorang pemasar harus merubah iklannya untuk membentuk keyakinan individu dalam pemilihan suatu produk.¹⁶

b. Faktor Eksternal

- 1) Tingkat Sosial, dimana faktor sosial salah satu faktor yang dinamik yang memiliki pengaruh sangat signifikan dalam perubahan selera pasar dan kebutuhan masyarakat. Faktor sosial yang mempengaruhi ekstensi sebuah bank sangat luas mencakup kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan, faktor selera di era globalisasi seperti saat ini mempengaruhi dunia perbankan.

¹⁶ Suprihati dan Wikan Budi Utami, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo", Jurnal Paradigma, no.01(2015), 108

- 2) Lokasi, lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank yang strategis dan mudah dijangkau.¹⁷
- 3) Harga. Perusahaan yang menetapkan harga lebih murah dibandingkan perusahaan lain dengan kualitas yang sama, lebih disukai oleh pelanggan dan memiliki nilai yang lebih tinggi menurut pelanggan.¹⁸
- 4) Pelayanan. Definisi pelayanan sendiri yaitu suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang. Pelayanan dalam suatu bank seperti etika yang baik antara nasabah dan pegawai bank, nasabah maupun pegawai bank harus bisa untuk saling menghargai. Dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, agar nasabah merasa puas akan hal itu.
- 5) Promosi, promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk mereka yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk

¹⁷ Rifani Anggraini dan Nurul Inayah, “Analisis Minat Nasabah Non-Muslim Untuk Melakukan Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima Medan”, Medan:Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, no.4(2022), 81.

¹⁸ Any Meilani dan Dian Sugiarti, “Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 3.

tersebut. Promosi merupakan proses mengkomunikasikan variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi yang baik dan tepat sasaran memberikan nilai yang baik bagi suatu bank. Promosi tidak hanya bersifat memberitahukan, namun juga membujuk atau mempengaruhi konsumen, terutama konsumen potensial dengan menyatakan suatu produk lebih baik dibandingkan produk lainnya.¹⁹

3. Indikator Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Indikator dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah level kepuasan nasabah. Biasanya nasabah yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan atau nasabah yang setia dalam waktu lama. Beberapa indikator yang mempengaruhi jumlah nasabah adalah sebagai berikut :²⁰

- a. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya), yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk berkualitas dari perusahaan.
- b. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila pencapaian harapan yang mereka inginkan.

¹⁹ *Ibid*, 85.

²⁰ Sofia E.G. Worek dan Jantje L. Sepang, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian PT. Pegadaian(Persero) Karombasan", Jurnal EMBA, no.2(2021), 406.

- c. Akan merekomendasikan kepada orang lain, yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perbankan.
- d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk, yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.²¹

²¹ Intan Monica Alma Sangi dan Lucky Franky Tamengkel, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.Bank Danamon Indonesia”, Productivity no. 2(2022), 109.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis field research yaitu penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan pada lokasi tertentu, yang terpilih sebagai tempat untuk melakukan penyelidikan terkait gejala-gejala objektif atau peristiwa-peristiwa yang terjadi di tempat tersebut.¹ Lokasi penelitian ini berlokasi di PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, Kec. Purbolinggo, Kab. Lampung Timur, Lampung, 34192, Indonesia, dengan fokus penelitian strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan paradigma penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasi.²

Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana

¹ Cholid Narbuko dan H.Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009), 46.

² *Ibid.*, 44.

peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.³

Penelitian deskriptif dengan menggunakan paradigma kualitatif ini digunakan untuk menggambarkan suatu fakta yang apa adanya melalui pemaparan secara deskriptif dari hasil wawancara pada Kepala Kantor Kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengenai strategi segmentasi pasar dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber utama yang dapat memberikan informasi, fakta dan gambaran peristiwa yang diinginkan dalam penelitian, atau sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian kualitatif, sumber data utama itu adalah kata-kata dan tindakan orang yang diamati atau diwawancarai.⁴

Sumber data primer ini harus dicari melalui narasumber atau responden, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara kepada Kepala Kantor Kas, Karyawan Marketing dan Nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Hal ini dilakukan guna untuk

³Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2016), 9.

⁴Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:Alfabeta, 2015), 69.

mendapat data yang akurat. Adapun dalam menentukan sampel peneliti menggunakan teknik *Sampling Insidental*. Teknik *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data⁵

2. Sumber Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data penunjang sesudah sumber data primer, penelitian dilakukan secara tidak langsung misalnya sumber data berupa dokumen. Sumber data sekunder peneliti diantaranya situs website, jurnal, skripsi, buku, serta dokumen-dokumen resmi.⁶ Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian adalah buku-buku dari karangan Andy Kridasusila yang berjudul *Manajemen Pemasaran*, Saparso yang berjudul *Marketing Process*, M Nur Rianto Al-Arif yang berjudul *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, dan sebagai kelengkapan data sekunder, peneliti memperoleh data melalui dokumen-dokumen yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi dan focus group discussion.⁷ Teknik pengumpulan data peneliti yaitu:

⁵Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, cet ke-16 (Bandung:Alfabeta, 2012), 85.

⁶*Ibid.*, 70.

⁷*Ibid.*, 80.

1. Wawancara (*Interaktif*)

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan-tujuan tertentu.⁸ Dalam hal ini, peneliti langsung mengajukan pertanyaan kepada pimpinan Kantor Kas yaitu Bapak Misbakhul Munir dan Marketing yaitu Ibu Eka. Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Bank dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

Ada tiga jenis teknik wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tak berstruktur.⁹ Dari ketiga jenis wawancara tersebut, peneliti menggunakan teknik wawancara tak berstruktur dalam mengajukan pertanyaan pada pihak bank. Wawancara tak berstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.¹⁰ Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber yang memberikan data atau informasi atau fakta kepada peneliti, baik itu catatan, foto, rekaman video maupun

⁸ *Ibid.*, 88.

⁹ *Ibid.*, 89.

¹⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, cet ke-16* (Bandung: Alfabeta, 2012), 233.

lainnya.¹¹ Teknik dokumentasi ini digunakan untuk mencatat, menyalin, menggandakan data atau dokumentasi tertulis lainnya. Dokumentasi yang dilakukan penulis dengan menggunakan dokumen atau arsip yang berhubungan dengan judul penelitian, baik sejarah, visi misi, struktur, dan sebagainya.

Dokumentasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini meliputi arsip-arsip dan sebagainya yang berkaitan dengan Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Selain itu peneliti juga menggunakan literatur (buku-buku) yang membahas tentang strategi segmentasi pasar dan bauran pemasaran.

D. Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹²

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kualitatif yaitu pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, ataupun data lainnya. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang

¹¹ *Ibid.*, 93.

¹² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2016), 244.

tersedia dari berbagai sumber, yaitu wawancara, dokumentasi dan survei langsung di lapangan. Setelah dipelajari dan ditelaah, maka langkah selanjutnya memilih dan mengambil data-data mana saja yang diperlukan. Data-data yang telah dipilih kemudian dikategorikan hingga tersusun secara sistematis.

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperlukan maka data akan diolah dan dianalisis dengan pola pikir induktif yang berarti pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan persoalan atau solusi tersebut dapat berlaku secara umum.¹³

Maksud dari uraian di atas pengumpulan data berdasarkan fakta-fakta yang telah diteliti, dianalisis lalu dikumpulkan. Data yang ingin diteliti adalah tentang Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. Dalam hal ini penelitian dilakukan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo sehingga ditemukan pemahaman terhadap pemecahan permasalahan dari pertanyaan penelitian yang telah ditentukan.

¹³ *Ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.¹

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia didorong oleh 4 (empat) alasan utama yaitu : pertama adanya kehendak sebagian masyarakat untuk melaksanakan transaksi perbankan atau kegiatan ekonomi secara umum yang sejalan dengan nilai dan prinsip syariah, khususnya bebas riba sesuai dengan fatwa MUI. Dan kedua adanya keunggulan system operasional dan produk perbankan syariah yang antara lain mengutamakan pentingnya moralitas, keadilan dan transparansi dalam kegiatan operasional perbankan syariah. Ketiga adanya Pengawasan dan Pembinaan dari Bank Indonesia sehingga kelangsungan Perbankan Syariah tetap terjaga. Keempat adanya Lembaga Penjamin Simpanan.

Keempat alasan tersebut berlaku pula di wilayah Kabupaten Lampung Timur, maka beberapa tokoh praktisi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT) di Sekampung bercita-cita mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT. BPRS Aman Syariah. Di mana BPRS sebagai *Community* bank yaitu bank yang fokus melayani masyarakat di wilayah cakupannya layanannya, dengan menerapkan

¹ Dokumentasi PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, Jl. Bungur Raya Tanjung Inten, Kec.Purbolinggo, Kab.Lampung Timur.

strategi bersaing yang memanfaatkan potensi muatan lokal (*local content*) dengan berbagai dimensi. Maka Pendirian PT.BPRS Aman Syariah dengan potensi muatan lokal yaitu Permodalan, Penghimpunan Dana, Penyaluran Dana, Pengurus, Pegawai adalah berasal dari masyarakat Lampung Timur khususnya yang berdomisili di Kecamatan Sekampung.

Dengan berlandaskan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan PBI No.11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah serta SE BI No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah maka di Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur direncanakan mendirikan PT. BPRS AMAN SYARIAH sebagai *community bank*.

Dan sesuai dengan PBI No.11/23/PBI/2009 BPRS hanya dapat didirikan dengan izin Bank Indonesia yaitu izin prinsip dan izin usaha. Untuk izin prinsip salah satunya adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Azasi Manusia (Menkumham) Nomor : AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Februari 2014

serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014 dan Mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor : S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014. Dalam operasioanalnya PT.BPRS Aman Syariah Lampung Timur dikelola oleh Direksi dan jajaran karyawan dan diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh Direksi dan pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah.

2. Visi dan Misi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo²

a. Visi

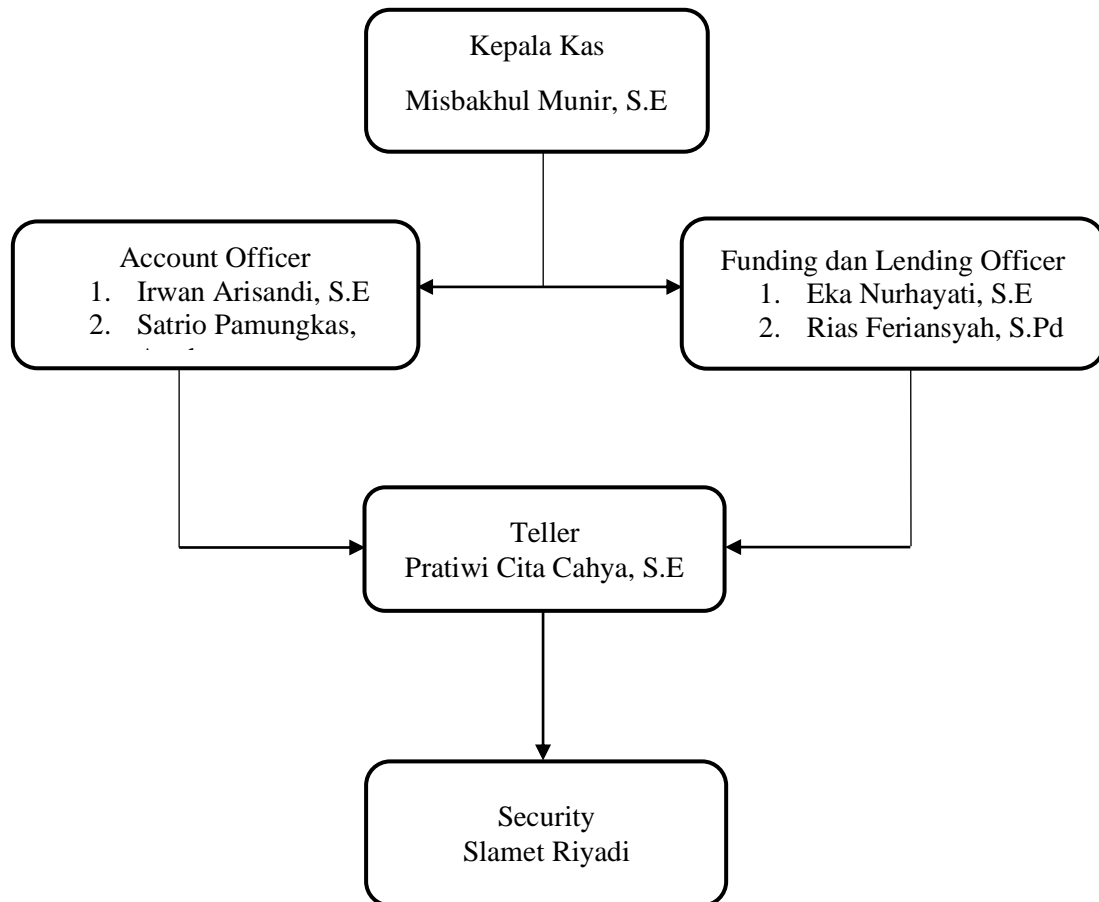
Menjadi BPRS Aman Syarish terbesar di Lampung yang tumbuh dan berkembang secara sehat dan kuat.

² Dokumentasi PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, Jl. Bungur Raya Tanjung Inten, Kec.Purbolinggo, Kab.Lampung Timur.

b. Misi

- 1) Meningkatkan perluasan jaringan dengan pembukaan kantor cabang di wilayah yang strategis
- 2) Meningkatkan layanan secara profesional syariah dan amanah yang memiliki nilai tambah
- 3) Meningkatkan sumber daya manusia yang mampu bersaing sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang berbasis syariah
- 4) Meningkatkan pengelolaan dengan menerapkan *Good Corporate Governance (CGC)* di seluruh kantor yang ada
- 5) Meningkatkan fungsi dan peran bank kepada masyarakat secara luas
- 6) Meningkatkan peran bisnis dan operasional dengan menerapkan prinsip prudent
- 7) Peningkatan permodalan yang seimbang sejalan pertumbuhan asset dan pendapatannya

3. Struktur Organisasi PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Sumber: BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo (Senin, 20 Maret 2023)

4. Produk-Produk PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo³

Aspek ini merupakan jenis-jenis produk yang akan diperkenalkan kepada masyarakat pengguna jasa PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur.

a. Produk Pendanaan

Produk ini menyangkut berbagai pelayanan untuk menarik dana masyarakat yang meliputi :

³ Dokumentasi PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, Jl. Bungur Raya Tanjung Inten, Kec.Purbolinggo, Kab.Lampung Timur.

1) Tabungan Khusus *Wadiah* (TAKWA)

Tabungan ini pada hakekatnya merupakan dana masyarakat, tabungan dengan sistem wadiah ini dapat menampung berbagai aspek kepentingan Baitul Maal dan yang bersifat amanah lainnya, seperti :

- a) Zakat
- b) Infaq
- c) Shadaqah
- d) SPP
- e) Uang Infaq Bangunan
- f) Amanah lainnya

2) Tabungan *Mudharabah* (TAMBAH)

Tabungan *Mudharabah* merupakan produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati oleh bank dan nasabah. Tabungan *mudharabah* pada PT BPRS Aman Syariah dibagi menjadi beberapa variasi produk simpanan, yaitu:

- a) Tabungan Haji Mabrur (TAJIMABRUR)
- b) Tabungan Qurban Aman Syariah (TAQURBANAS)
- c) Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS)
- d) Tabungan Masa Tua (TAMATU)
- e) Tabungan Anak Sejahtera (TABANAS)
- f) Tabungan Makbullah Umroh (TAMU)
- g) Tabungan Wisata (TAWA)

- h) Tabungan Keluarga Samara (TAKASMARA)
 - i) Tabungan Idul Fitri (TIFI)
- 3) Deposito Mudharabah

Deposito berjangkan ini diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, perusahaan badan amal, organisasi sosial, koperasi dan segala lapisan masyarakat. Deposito berjangkan ini diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, perusahaan badan amal, organisasi sosial, koperasi dan segala lapisan masyarakat.

b. Produk Pembiayaan

- 1) Pembiayaan dengan transaksi jual beli berdasarkan prinsip :
- a) Murabahah
 - b) Istishna
 - c) Salam
 - d) Ijarah
 - e) Multi Jasa
 - f) Jual beli lainnya
- 2) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip :
- a) Mudharabah
 - b) Musyarakah
- 3) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip :
- a) Rahn
 - b) Qardh
 - c) Qardhul Hasan

- d) Melakukan kegiatan lain yang lazim dilakukan PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sepanjang disetujui oleh Dewan Pengawas Syariah.

Khusus untuk kelompok-kelompok pemberian pembiayaan kepada pengusaha kecil dan atau masyarakat pedesaan, dipasarkan melalui beberapa produk di antaranya :

- a) Pembiayaan Bagi Hasil (Mudharabah, Musyarakah)

Pembiayaan untuk pengusaha kecil di pedesaan, tujuan pembiayaan adalah untuk membiayai seluruh usaha yang akan dibiayai (perdagangan/jasa) dan mudharib setuju membagi keuntungan dengan proporsi bagi hasil yang disetujui bersama. Jenis pembiayaan untuk kebutuhan, pembiayaan modal kerja, dan pembiayaan modal usaha.

- b) Pembiayaan Pemilikan Barang/Jual Beli (Murabahah)

Dalam pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur membeli barang yang dibutuhkan nasabah dan kemudian menjualnya dengan harga pokok pembelian ditambah keuntungan harga (harga jual) kepada nasabah tersebut sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Tujuan Pembiayaan ini dimaksudkan untuk pembiayaan pemilikan barang misalnya : pemilikan rumah, kendaraan bermotor, inventaris, benda ekonomi lainnya baik baru maupun *refinancing*. Kadar/tingkat keuntungan/*profit* margin untuk PT.

BPRS Aman Syariah Lampung Timur dapat dikategorikan untuk setiap jenis barang. Dan besaran angsuran disesuaikan dengan kemampuan nasabah

c) Pembiayaan Multijasa

Dalam pembiayaan jenis ini PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur sebagai penyedia dana untuk kebutuhan nasabah dalam hal yang bersifat multiguna seperti biaya pendidikan, biaya pengobatan, biaya pesta pernikahan/sunatan dan lain-lain dimana bank meminta *ujroh/fee* terhadap dana yang diberikan oleh bank.

B. Strategi Segmentasi Pasar Yang Dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo merupakan bank yang menghimpun dana dari masyarakat luas dan menyalurkan kembali kepada masyarakat yang mana dalam menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo terletak di jalan Bungur Raya Tanjung Inten Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. Produk-produk pembiayaan yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo yaitu pembiayaan transaksi jual beli berdasarkan prinsip *murabahah*, *istishna*, *salam*, *ijarah*, *multijasa*, Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *musyarakah*, dan Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip *rahn*, *qard*, dan *qardhul hasan*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Misbakhul Munir selaku marketing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo beliau mengatakan

bahwa sebelum memasarkan produk-produk pembiayaan ini setiap marketing selalu memperhatikan segmentasi pasar terlebih dahulu. Marketing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengelompokkan konsumen atau nasabah secara terpisah sesuai karakteristik ataupun kebutuhan konsumen atau nasabah. Hal ini bertujuan agar proses pemasaran yang dilakukan lebih terarah sehingga sumber daya perusahaan dapat digunakan secara efektif dan efisien.⁴

Dalam dunia perbankan ada 4 jenis pendekatan segmentasi yang dapat dilakukan, yakni berdasarkan pendekatan geografis, pendekatan demografis, psikografis dan perilaku. Dalam prakteknya, BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo hanya menerapkan 2 dari empat pendekatan tersebut dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam melakukan strategi segmentasi pasar yaitu dengan menerapkan beberapa pendekatan segmentasi untuk mencapai segmentasi pasar yang di inginkan. Hal tersebut telah dijelaskan oleh Bapak Munir selaku kepala kantor kas BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo beliau mengatakan⁵ :

“untuk mencapai strategi yang kita inginkan demi kemajuan Bank dan juga meningkatkan jumlah nasabah. Kami menerapkan beberapa segmen dari strategi segmentasi diantaranya yaitu strategi segmentasi berdasarkan demografis dan psikografis. Karena dengan segmen demografis kami dapat membedakan nasabah berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Dengan segmen tersebut kami dapat membedakan nasabah yang sudah memiliki KTP atau berusia 17 tahun, 35 tahun, 40 tahun dan bahkan sampai 55 tahun. Dengan tujuan yang berbeda-beda. Segmen demografis itu juga bisa mengelompokkan nasabah dalam segi jenis kelamin. Kalau di BPRS Aman Syariah

⁴ Wawancara dengan Bapak Munir selaku kepala kantor kas di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

⁵ Wawancara dengan Bapak Munir selaku kepala kantor kas di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

Kantor Kas Purbolinggo ini jumlah nasabah perempuan dan laki laki hampir sama besarnya.”

Menurut hasil wawancara dengan Ibu Eka selaku marketing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo beliau juga mengatakan bahwa:⁶

“Selain segmen demografis kami juga menerapkan segmen psikografis. Karena pada segmen tersebut kami bisa mengelompokkan nasabah berdasarkan gaya hidup dan kepribadian mereka.”

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Munir selaku kepala kantor kas pada BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo⁷, dengan menerapkan beberapa segmen dari strategi segmentasi dapat memberikan dampak bagus terhadap kemajuan perusahaan. Karena dengan menerapkan segmen tersebut dapat mengelompokkan dan membedakan nasabah berdasarkan karakteristik tertentu.

Setelah proses segmentasi pasar ini dilakukan selanjutnya yang dilakukan setiap marketing adalah melakukan strategi pemasaran produk pembiayaan dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni sebagai berikut⁸:

1. Produk (*Product*)

Dalam menerapkan strategi pemasaran seperti produk yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, pihak kantor kas sangat mempertimbangkan kepuasan calon nasabahnya. Dengan demikian penerapan strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh BPRS Aman

⁶ Wawancara dengan Ibu Eka selaku marketing lending di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

⁷ Wawancara dengan Bapak Munir selaku kepala kantor kas di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

⁸ Wawancara dengan Ibu Eka selaku marketing lending di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

Syariah Kantor Kas adalah dengan menampilkan mutu dari produk tersebut sehingga memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas, dan kemudahan yang terdapat di dalam karakteristik produk.

2. Harga (*Price*)

Dalam strategi harga BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dapat bersaing. Mengenai biaya administrasi yang diterapkan *standard* dan tidak terlalu rumit. Dalam strategi harga ini bahwasannya BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam penentuan harga biaya administrasi yang diterapkan oleh pihak bank tidak terlalu tinggi dan masih *standard*. Peranan penetapan harga ini akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan yang terbatas terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi di pasaran. Dengan menetapkan harga biaya administrasi yang tidak terlalu tinggi akan menjadi daya tarik dalam meningkatkan jumlah nasabah.

3. Tempat (*Price*)

Tempat merupakan suatu letak atau tempat yang tetap dimana setiap orang bisa bertransaksi guna memenuhi kebutuhannya. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian ataupun transaksi karena lokasinya yang terjangkau.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Munir, BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo berada dipusat pasar Kecamatan

Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur. Karena lokasinya ini dinilai cukup strategis yakni memiliki banyak keunggulan seperti dekat dengan pusat perbelanjaan di Kecamatan Purbolinggo, tepat berada di jalan raya sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah serta aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo memiliki tempat yang sangat strategis dan mempunyai fasilitas yang nyaman sehingga hal tersebut dapat menarik calon nasabah serta dapat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

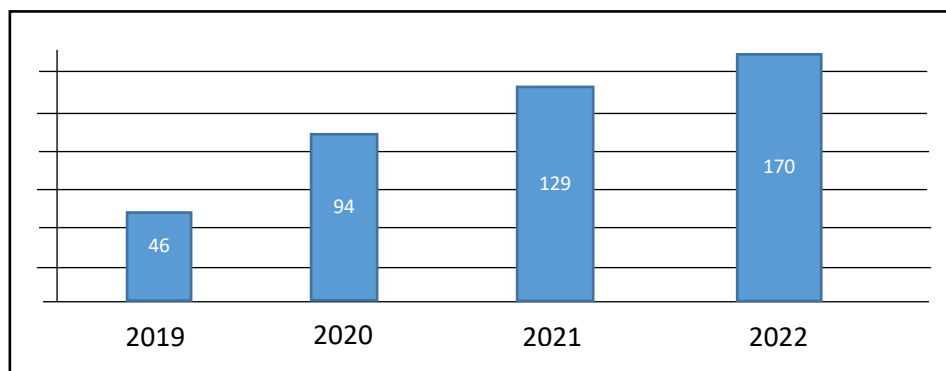
4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah media yang paling efektif untuk menyampaikan informasi terhadap masyarakat luas mengenai produk-produk yang ada di dalam BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo melakukan promosi melalui berbagai media seperti sosialisasi, brosur dan media sosial. Kegiatan promosi seperti sosialisasi, ketika tim kantor kas melakukan kegiatan penagihan terhadap nasabah kemudian tim kantor kas memanfaatkan kegiatan tersebut dengan menawarkan produknya. *Door to door* ke rumah nasabah atau instansi, hal ini dilakukan untuk memudahkan nasabah, memanfaatkan media sosial juga dilakukan oleh karyawan BPRS Aman Syariah, tiap karyawan yang memiliki akun-akun sosial media yang digunakan sebagai alat promosi

melalui postingan-postingan tentang produk BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

Menurut data BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan yang tercatat pada tahun 2019 hingga tahun 2022 sebagaimana terlihat pada diagram berikut :

Gambar 4.1
Diagram Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah
Kantor Kas Purbolinggo Tahun 2019-2022



Sumber: BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo (Senin, 20 Maret 2023)

Pada data 4 tahun terakhir maka dapat dilihat peningkatan jumlah nasabah dari tahun 2019 sampai 2020 mencapai 48 nasabah, namun pada tahun 2020 sampai 2021 hanya mencapai 35 nasabah dan pada tahun 2021 sampai 2022 peningkatan nasabah kembali meningkat yaitu mencapai 41 nasabah. Dengan demikian dapat dijelaskan tiap tahunnya nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo belum mengalami peningkatan secara signifikan sehingga sangat dibutuhkan strategi strategi dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Agar segmentasi pasar dan bauran pemasaran dapat berjalan dengan lancar dan efisien maka BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo juga harus memperhatikan beberapa hal yang dapat mendorong sistem pemasarannya, diantaranya dengan mengetahui karakteristik para nasabah maupun calon nasabah.

Menurut Ibu Rani sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo menyebutkan bahwa:

“saya bergabung menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena tidak ada bunga dan proses pengajuan pembiayaannya yang mudah selain itu pelayanan yang diberikan pihak BPRS pun sangat baik sehingga membuat nasabah nyaman.”⁹

Menurut Ibu Siti sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo menyebutkan bahwa:

“Saya mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah melalui brosur yang dibagikan oleh marketing BPRS dan saya tertarik bergabung karena menghindari riba. Menurut saya pelayanan yang diberikan pihak BPRS sangat baik dan strategi promosi yang dilakukan pihak BPRS Aman Syariah pun sudah bagus dari pembagian brosur dan media sosial sehingga banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk yang ada di BPRS Aman Syariah.”¹⁰

Menurut Bapak Putra sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo menyebutkan bahwa:

“adanya faktor promosi yang memudahkan untuk mengetahui produk-produk di BPRS Aman Syariah. Promosi yang dilakukan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo yaitu melalui media sosial, pemberian brosur, dan promosi dari mulut ke mulut

⁹ Wawancara dengan Ibu Rani selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

¹⁰ Wawancara dengan Ibu Siti selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

yang dilakukan pihak marketing. Sedangkan pelayanan yang dilakukan karyawan sangat memuaskan, sopan, ramah dan cepat.”¹¹

Menurut Ibu Fitri sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, beliau mengatakan:

“saya senang bergabung dengan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ini, selain pelayanannya yang bagus, para pegawainya juga ramah-ramah. Pelayanan yang bagus akan membuat nasabah betah dan nyaman bergabung dengan BPRS Aman Syariah.”¹²

Menurut Ibu Nia sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, beliau mengatakan:

“alasan saya bergabung dengan BPRS Aman Syariah karena menghindari riba dan saya mengenal produk yang ada di BPRS melalui brosur dan sosialisasi yang dilakukan pihak BPRS. Menurut saya pelayanannya cepat dan marketing menjelaskan produknya bahasanya mudah dipahami.”¹³

Menurut Ibu Wati sebagai nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengatakan bahwa:

“semua pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dianggap bagus, prosedur pelayanannya juga mudah dipahami, ketika ingin menabung dan tidak sempat ke kantor karyawan siap untuk datang kerumah atau pasar dan jika ingin melakukan tarik tunai karyawan juga bisa mengantarnya kemudian beliau juga mengatakan bahwa karyawannya ramah, merasa nyaman jika berada didalam ruangan karena dilengkapi dengan pendingin ruangan dan merasa aman ketika datang ke kantor.”¹⁴

¹¹ Wawancara dengan Bapak Putra selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

¹² Wawancara dengan Ibu Fitri selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

¹³ Wawancara dengan Ibu Nia selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Wati selaku nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 28 maret 2023.

Menurut Ibu Risti sebagai nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas

Purbolinggo juga mengatakan bahwa:

“pelayanan yang diberikan sudah cukup puas, karyawannya baik. Produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo pun berkualitas dan sangat baik. Ketika datang ke kantor pun langsung disambut dengan baik oleh security dan langsung dibukakan pintu, tetapi BPRS Aman Syariah perlu meningkatkan pelayanannya untuk nasabah seperti disediakannya layanan online seperti *e-banking* atau kartu ATM untuk memudahkan dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun tanpa harus jauh-jauh ke kantor.”¹⁵

Menurut Ibu Eli sebagai nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas

Purbolinggo juga mengatakan bahwa:

“Alasana saya menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena menghindari riba dan kebetulan saat itu saya membutuhkan modal untuk usaha kemudian teman saya menyarankan untuk mengajukan pembiayaan di BPRS. Saya mengenal produk pembiayaan dari salah satu karyawan marketing BPRS yang datang kerumah saya dan menjelaskan tentang produk yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Pelayanan yang diberikan pun sangat bbaik dari ruangan kantor nya yang nyaman security nya yang ramah dan karyawan nya yang sopan dan promosi yang dilakukan sudah baik bahkan ada karyawan marketing yang mendatangi rumah rumah konsumen untuk menjelaskan dan menawarkan produk yang ada di BPRS Aman Syariah.”¹⁶

Menurut Ibu Novi sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman

Syariah Kantor Kas Purbolinggo, beliau mengatakan:

“Saya bergabung dengan BPRS Aman Syariah karena sesuai syariah dan menghindari riba, saya mengenal produk pembiayaan di BPRS dari salah satu karyawan marketing di BPRS Aman Syariah. Pelayanan yang diberikan sudah cukup puas, karyawannya baik. Promosi yang dilakukan BPRS bagus, ada pembagian brosur

¹⁵ Wawancara dengan Ibu Risti selaku nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 28 maret 2023.

¹⁶ Wawancara dengan Ibu Eli selaku nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 28 maret 2023.

sehingga banyak konsumen yang mengetahui produk apa saja yang ada di BPRS Aman Syariah”.¹⁷

Menurut Ibu Suprih sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, beliau mengatakan:

“Alasan saya memilih bergabung di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena faktor sosial dan kebetulan saat itu saya sedang membutuhkan modal untuk usaha kemudian teman saya menyarankan untuk menggunakan pembiayaan mudharabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena teman saya menggunakan produk yang sama sehingga saya pun memilih untuk bergabung menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dan menggunakan produk tersebut. Pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah kepada nasabahnya pun sangat baik, karena nasabah yang belum tahu tentang pembiayaan yang akan digunakan akan dijelaskan kemudian diarahkan.”¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo bagus dan mereka mengedapankan loyalitas untuk mempertahankan nasabahnya tetap bertahan bergabung dengan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Dan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo juga mengetahui produk yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga banyak masyarakat yang tertarik bergabung dengan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

¹⁷ Wawancara dengan Ibu Novi selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

¹⁸ Wawancara dengan Ibu Suprih selaku nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, 20 maret 2023.

C. Analisis Strategi Segmentasi Pasar BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dilapangan, dapat diketahui bahwa segmentasi sangat penting dilakukan bagi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena dengan adanya segmentasi pasar membuat bank lebih fokus serta dapat lebih memahami terhadap permasalahan pada nasabah. Selain itu, segmentasi pasar juga sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah. Dengan adanya segmentasi pasar maka BPRS Aman Syariah bisa mengetahui karakteristik masyarakat yang ingin di datangi membutuhkan produk yang bagaimana.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah secara signifikan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo menerapkan strategi segmentasi pasar. Segmentasi pasar ini dilakukan sebelum proses pemasaran produk dilakukan yakni dengan melihat karakteristik dan latar belakang pribadi nasabah. Karakteristik dan latar belakang pribadi nasabah ini akan mempengaruhi keputusannya dalam mengkonsumsi produk perbankan syariah. Setelah mengetahui karakteristik dan latar belakang pribadi nasabah, kemudian marketing menganalisis apa yang mereka butuhkan dan harapkan sehingga produk pembiayaan yang ditawarkan dapat sesuai dengan kebutuhan nasabah. Setelah proses segmentasi ini dilakukan selanjutnya marketing lending memasarkan produk-produk pembiayaan.

1. Strategi Segmentasi Pasar Dan Bauran Pemasaran Yang Diterapkan Oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo membagi pasar berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan. Seperti membedakan nasabah yang berusia dari 17-35 dan 36-55 tahun. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo juga membagi pasar berdasarkan jenis pekerjaan seperti petani, pedagang, atau PNS. Berdasarkan teori maka strategi segmentasi pasar yang diterapkan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo merupakan jenis pendekatan segmentasi demografis yaitu pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti usia, pekerjaan, dan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Data Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur 2022 Berdasarkan Usia

Usia	Pembiayaan Bagi Hasil	Pembiayaan Jual Beli	Pembiayaan Lainnya
17-35	27	41	18
36-55	49	20	15

Sumber: BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo (Selasa, 09 Mei 2023)

Pada segmentasi demografis pasar dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Dimana usia minimal nasabah yang akan melakukan pembiayaan yaitu 17 tahun atau yang sudah mempunyai KTP dan maksimal 55 tahun. Menurut tabel diatas pengelompokkan usia 17-35 banyak nasabah yang melakukan pembiayaan jual beli dan untuk usia 36-55 banyak nasabah yang melakukan pembiayaan bagi hasil. Kedua mengelompokkan nasabah berdasarkan jenis kelamin, nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo jumlah

nasabah perempuan dan laki-laki hampir sama besarnya. Terakhir berdasarkan pekerjaan, bagi petani biasanya pembiayaan yang mereka butuhkan seperti pembelian pupuk, plastik, bibit dan lain sebagainya akan diberikan pembiayaan modal usaha. Biasanya diberikan pembiayaan sesuai kebutuhan yang nasabah butuhkan dan bagi pedagang hampir sama dengan petani. Dengan dilakukannya segmentasi demografis memudahkan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam memahami keinginan nasabah dengan lebih baik dan dapat memberikan produk dan layanan yang mereka butuhkan.

Selain itu BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo juga membagi pasar berdasarkan pola gaya hidup atau kepribadian seseorang. Contohnya seperti melihat gaya hidup konsumen atau calon nasabah melalui media sosial serta informasi dari masyarakat sekitar. Misalnya ada nasabah yang hoby koleksi motor atau gonta-ganti motor, maka akan diberikan pembiayaan sesuai keinginannya, yaitu pembiayaan jual beli atau kepemilikan barang. Berdasarkan teori maka strategi segmentasi pasar yang diterapkan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo merupakan jenis pendekatan segmentasi psikografis yaitu segmentasi pasar yang dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut gaya hidup dan kepribadian. Tujuan dari segmentasi psikografis adalah untuk memahami latar belakang atau perasaan konsumen secara lebih baik, sehingga pemasaran bisa dilakukan secara lebih tepat.

Segmentasi pasar yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ini merupakan suatu cara untuk melihat kebutuhan-kebutuhan yang ada di tengah masyarakat, berupa produk-produk pembiayaan yang dimiliki BPRS Aman Syariah baik berupa pembiayaan, tabungan dan lain sebagainya, sehingga masyarakat paham terhadap produk produk yang dimiliki BPRS Aman Syariah dan jika masyarakat membutuhkan maka masyarakat tersebut dapat menggunakannya sesuai dengan kebutuhannya.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo sendiri sudah menerapkan strategi segmentasi pasar sejak awal mula BPRS Aman Syariah ini berdiri , dengan adanya segmentasi pasar memberikan berbagai manfaat salah satunya untuk meningkatkan efektifitas strategi pemasaran produk yang ditawarkan. Sebab dengan adanya pengetahuan akan target konsumen, proses marketing akan jauh lebih terarah, lebih kuat menarik pelanggan karena pendekatan yang digunakan sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pelanggan, menyusun strategi marketing yang lebih efektif setelah memahami karakteristik dan kebutuhan pelanggan dan membantu mengembangkan produk lebih baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan segmentasi memungkinkan bank untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya.

Setelah melakukan strategi segmentasi pasar kemudian BPRS Aman Syariah juga menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam mengenalkan berbagai macam produknya. *Marketing mix* yang diterapkan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dilakukan dengan

menerapkan prinsip 4P dalam proses pengenalan produk dan cara agar dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

a. Strategi pertama yaitu *marketing mix* terkait dengan produk (*product*).

Strategi *marketing mix* terkait produk di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dapat diketahui bahwa BPRS Aman Syariah dalam mengenalkan produk pembiayaan yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Dalam hal ini pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengutamakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dengan menawarkan kepada nasabah tentang produk apa saja yang dimiliki. Produk BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo yang banyak diminati nasabah adalah produk pembiayaan modal usaha. Produk pembiayaan fleksibel artinya dimana nasabah bisa melakukan pembiayaan dengan akad dengan berbagai kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, seperti nasabah membutuhkan kendaraan bermotor maka nasabah dapat menggunakan akad *murabahah* dengan tujuan konsumtif dan untuk modal kerja juga dapat menggunakan produk pembiayaan *murabahah*. Hal ini sesuai dengan tujuan utama dari prinsip syariah adalah terhindar dari transaksi yang tidak sesuai dengan syariat islam.

b. Strategi kedua yaitu *marketing mix* terkait dengan harga (*price*) mengacu pada jumlah uang yang harus dibayar oleh pembeli agar mendapat produk yang kita jual. Dalam strategi harga, BPRS Aman

Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur menetapkan *margin* (keuntungan) yang ditetapkan oleh pihak bank dengan transparan kepada calon nasabah. Di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Lampung Timur untuk margin sendiri dilakukan berdasarkan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah dan untuk administrasi untuk melakukan pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ini tidak dikenakan tarif biaya, sehingga akan menjadi daya tarik dan alternatif bagi nasabah. Strategi harga berhubungan dengan pemberian harga produk dan kemudahan dalam pembayaran yang dilakukan konsumen.

- c. Strategi *marketing mix* ketiga terkait tempat (*place*) yang telah diterapkan BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo yaitu telah meningkatkan distribusi pada produk dan layanan serta didukung oleh tempat atau letak kantor yang strategis yaitu bertempat di Purbolinggo dan berada di lingkungan pasar purbolinggo yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat. Tempat merupakan lokasi untuk melakukan proses jual beli suatu produk baik barang maupun jasa dan sangat berpengaruh terhadap lakunya suatu produk yang akan dipasarkan. Jadi, pada strategi *place* ini BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo telah memberikan lokasi yang tepat untuk proses distribusi yaitu dengan berada di sekitar pasar, lokasi yang dapat dilihat dengan jelas, lingkungan yang baik untuk mengembangkan suatu usaha. Kelebihan dari lokasi serta tempat ini mempermudah masyarakat untuk

mengetahui dan mudah dijangkau untuk mengetahui keberadaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Sehingga tidak menuntut kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik dan bergabung untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

- d. Strategi *marketing mix* keempat terkait promosi (*promotion*) yang telah diterapkan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo yaitu dengan menggunakan media promosi dalam bentuk sosialisai dan penyebaran brosur. BPRS Aman Syariah juga melakukan promosi dengan cara memasang periklanan di media sosial, *door to door* ke rumah nasabah atau instansi, hal ini dilakukan untuk memudahkan nasabah, karena tidak memungkinkan untuk nasabah yang tempatnya jauh dari lokasi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo untuk datang ke kantor karena kendaraan dan kesibukan yang menjadi alasan tidak memungkinkan untuk datang sendiri ke BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Promosi yang dipasang berkaitan dengan pengenalan produk-produk pembiayaan dan penghimpunan dana yang bertujuan untuk menarik nasabah agar mau menjadi nasabah BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo. Promosi sangat penting karena tujuan promosi agar konsumen lebih mengenal serta merasa tertarik untuk mencoba membeli produk.

Strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo secara keseluruhan sudah baik dan sudah terarah mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dari komponen bauran pemasaran 4P yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion* sudah dilakukan semaksimal mungkin sehingga sasaran pada produk pembiayaan dapat tercapai.

Hanya saja perlu di optimalkan kembali pada bagian *promotion* atau promosi salah satunya dengan media cetak seperti banner dipasang ditempat-tempat yang ramai dan untuk brosur diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor ataupun yang ada dilingkungan sekitar kantor. Sehingga masyarakat bisa lebih mengenal produk-produk yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dan berminat untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

2. Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Dengan strategi segmentasi pasar yang efektif dan efisien dapat berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah. Dengan adanya segmentasi pasar maka BPRS Aman Syariah bisa mengetahui karakteristik masyarakat yang ingin di datangi membutuhkan produk yang bagaimana.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo sudah memberikan yang terbaik untuk para nasabah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya khususnya dalam memberikan pelayanan dan menyakinkan calon nasabah untuk menggunakan produk BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada beberapa nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, maka peneliti akan menganalisis hasil wawancara tersebut, yaitu tentang strategi segmentasi pasar dan indikator yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah.

BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo sudah memberikan pelayanan yang baik seperti tersedianya sarana prasarana yang lengkap didalam kantor agar dapat menunjang pelayanan seperti tersedianya kursi, pendingin ruangan, monitor dll, memiliki karyawan yang profesional, bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal transaksi hingga selesai, mampu berkomunikasi dengan nasabah secara jelas dan mudah dipahami, serta berusaha memahami kebutuhan nasabah yang datang ke kantor.

Semua pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dianggap bagus, prosedur pelayanannya juga mudah dipahami, ketika ingin menabung dan tidak sempat ke kantor karyawan BPRS Aman Syariah siap untuk datang kerumah atau pasar dan jika ingin melakukan tarik tunai karyawan juga bisa mengantarnya. Dan merupakan daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk bergabung di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena nasabah tidak perlu repot-repot datang ke kantor untuk melakukan transaksi.

Untuk memantau kepuasan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang sudah diberikan BPRS Aman Syariah melihat dari nasabah

tersebut selalu membeli produk atau melakukan transaksi ulang, bagi BPRS Aman Syariah jika nasabah tersebut masih membeli produk atau melakukan transaksi ulang dan tidak menutup rekening tanpa alasan berarti nasabah tersebut sudah merasa puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan pihak bank.

Setelah nasabah merasa puas dengan produk atau pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Aman Syariah, maka nasabah akan menceritakan kepada orang lain atau akan merekomendasikan produk kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi pihak BPRS Aman Syariah. Seperti yang dikatakan oleh ibu Suprih bahwasannya beliau bergabung di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena rekomendasi dari temannya. Kebetulan saat itu beliau sedang membutuhkan modal untuk usaha kemudian temannya menyarankan untuk menggunakan pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo karena temannya juga menggunakan produk yang sama sehingga beliau pun memilih untuk bergabung menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dan menggunakan produk tersebut.

Upaya BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabahnya masih belum dapat dikatakan sempurna karena belum tersedianya fasilitas layanan online semacam *e-banking* dan pengadaan kartu ATM, yang mana hal tersebut akan mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan pihak BPRS terhadap nasabah dan dapat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan bahwa strategi segmentasi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah menggunakan strategi segmentasi demografis dan psikografis dengan mengelompokkan konsumen berdasarkan pada jenis usia, pekerjaan, pola atau gaya hidup dan kepribadian nasabah. Setelah proses segmentasi pasar ini dilakukan selanjutnya BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo melakukan strategi pemasaran produk dengan menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, maka peneliti dapat memberikan saran yaitu:

1. Kepada pihak BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo hendaknya BPRS Aman Syariah mengembangkan dan meningkatkan lagi pelayanan terhadap nasabah dengan menyediakan pelayanan seperti fasilitas pelayanan *digital* atau ATM guna memenuhi keinginan dan harapan nasabah.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan kajian yang sama dapat mengembangkan tujuan penelitian yang ingin diteliti dan lebih

memfokuskan terhadap apa yang diteliti. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar memperbanyak sumber data maupun *referensi* yang terkait dengan penelitian dan meningkatkan lagi ketelitian baik dalam segi kelengkapan data yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Nasir. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Studi Kasus pada UD ARJUNO. Malang:Jurnal Akuntansi dan Manajemen, no.4 2019.
- Ali, Zainuddin. Hukum Perbankan Syariah. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Arif, M. Nur Rianto Al. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arsip bagian Pembiayaan, PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
- Dwi Perwitasari Wiryaningtyas,“Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth, no.2, 50.
- Erista Lutfi Ervina dan Mansur Azis.Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabunganku Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun. Ponorogo:Journal of Islamic Banking and Finance, no.2,2022.
- Gregoris, Chandra. Pemasaran Global. Yogyakarta: Andi Offser, 2004.
- Ibrahim. Metodologi Penelitian Kualitatif . Bandung:Alfabeta, 2015.
- Koeswara, Sonny dan Muslimah. Analisis Pengaruh Kinerja PelayananFrontliner dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. Jakarta:Jurnal Pasti, no.1, 2016.
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty, 2015.
- Kridasusila, Andy. Manajemen Pemasaran. Semarang: Semarang University Press, 2007.
- Laia, Serfasia, Yohanes Dakhi. Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan Di UD.Lis Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. Vol.6, 2021.
- Narbuko, Cholid dan H.Abu Achmadi. Metodologi Penelitian. Jakarta:PT Bumi Aksara, 2009.
- Nasutio, Mislah Hayati dan Sutisna. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Bogor:Jurnal Nisbah 4, no.1, 2012.
- Nirwana. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa. Malang: Dioma, 2004.

- Romadhon, Roy. Strategi Segmentasi Pasar dan Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Skripsi. program studi Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2018
- Rusdi, Yahdi Ilal. Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro dalam Menarik Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Kc Payakumbuh. Skripsi, program studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Bukittinggi, 2018.
- Saleh, H. Muhamad Yusuf dan Miah Said, Konsep & Strategi Pemasaran. Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Saparso. Marketing Process. Jakarta: Ukrida Press, 2019.
- Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008.
- Usanti, Trisdini P dan Abd Shomad. Transaksi Bank syariah. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Yanti, Noza Nofrida. Analisis Pengaruh Segmentasi, Targeting dan Positioning Terhadap Jumlah Nasabah Tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kc Bukittinggi. program studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2018.
- Yulianti, Farida dan Lamsah. Manajemen Pemasaran. Sleman:CV Budi Utama, 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**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
Telp. (0725) 41507 Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id, e-mail: iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-3322/In.28.3/D.1/TL.00/10/2022
Lampiran : -
Perihal : **PEMBIMBING SKRIPSI**

Metro, 03 Oktober 2022

Kepada Yth,
Ani Nurul Imthahanah (Dosen Pembimbing Skripsi)
Di-
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka menyelesaikan studinya, maka kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : Sefti Wulandari
NPM : 1903020053
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Dosen Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai dengan penulisan skripsi, dengan tugas untuk mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi skripsi Bab I s.d Bab IV
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK Pembimbing Skripsi ditetapkan oleh Fakultas
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah/skripsi yang ditetapkan oleh IAIN Metro
4. Banyaknya halaman skripsi antara 60 s.d 120 halaman dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Pendahuluan \pm 1/6 bagian
 - b. Isi \pm 2/3 bagian
 - c. Penutup \pm 1/6 bagian

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelengkapan FEBI

Siti Zulaikha

ALAT PENGUMPULAN DATA
STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH
KANTOR KAS PURBOLINGGO

A. Wawancara

1. Wawancara kepada Kepala Kantor Kas PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
 - a. Dari segi pesaing, Siapa yang menjadi pesaing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
 - b. Apakah strategi segmentasi pasar penting bagi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
 - c. Bagaimana penerapan strategi segmentasi pasar yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
 - d. Bagaimana prosedur dalam melakukan transaksi pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
 - e. Produk pembiayaan apa yang paling banyak diminati ?

2. Wawancara kepada Marketing PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
 - a. Produk Pembiayaan apa saja yang menjadi andalan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
 - b. Dalam strategi segmentasi pasar, bagaimana BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengelompokkan nasabah ?
 - c. Bagaimana pelayanan yang diberikan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabah ?
 - d. Strategi pemasaran apa saja yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo dalam meningkatkan jumlah nasabah ?

- e. Apa saja strategi promosi yang digunakan pihak BPRS Aman Syariah dalam mempromosikan produknya ?
3. Wawancara kepada Nasabah Pembiayaan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
- a. Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
- b. Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
- c. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?
- d. Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?

B. Dokumentasi


1. Sejarah, Visi, Misi, dan Struktur Organisasi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
2. Jumlah Nasabah Pembiayaan PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Mengetahui,
Pembimbing


Ani Nurul Intihanah, M.S.I
NIDN.2019069002

Metro, Maret 2023

Mahasiswa Ybs


Sefti Wulandari
NPM.1903020053

OUTLINE

STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 2. Strategi Bauran Pemasaran
- B. Strategi Segmentasi Pasar
 1. Pengertian Segmentasi Pasar
 2. Pendekatan Segmentasi Pasar
 3. Manfaat Segmentasi Pasar
- C. Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
 1. Pengertian Nasabah
 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah
 3. Indikator Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
 - 1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
 - 2. Visi dan Misi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
 - 3. Struktur Organisasi PT.BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
- B. Strategi Segmentasi Pasar Yang Dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
- C. Analisis Strategi Segmentasi Pasar BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Penutup

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Pembimbing



Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN.2019069002

Metro, Februari 2023

Mahasiswa Ybs.



Sefti Wulandari
NPM. 1903020053



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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0345/In.28/D.1/TL.00/03/2023
Lampiran :-
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT BPRS AMAN
SYARIAH KANTOR KAS
PURBOLINGGO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0345/In.28/D.1/TL.01/03/2023,
tanggal 28 Maret 2023 atas nama saudara:

Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 1903020053
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 28 Maret 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

SURAT TUGAS

Nomor: B-0345/In.28/D.1/TL.01/03/2023

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

Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 1903020053
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO".
 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 : 28 Maret 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



Lampung Timur, 16 Mei 2023
No. : 022-3/SDI.U-BAS/2023
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo
Kota Metro

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat Nomor B-0345/In.28/D.1/TL.00/03/2023 tanggal 28 Maret 2023 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Research di BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama : Sefti Wulandari
NPM : 1903020053
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syari'ah
Judul : Strategi Segmentasi Pasar Dalam
Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS
Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat



BAS
BANK AMAN SYARIAH
Gesang Bayu Winingsih
Kabag SDI & Umum



**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-3908/In.28/J/TL.01/11/2022
Lampiran :-
Perihal : **IZIN
PRASURVEY**

Kepada Yth.,
PIMPINAN PT BPRS AMAN
SYARIAH KANTOR
KASPURBOLINGGO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **SEFTI WULANDARI**
NPM : 1903020053
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah
STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM
Judul : **MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI PT BPRS AMAN
SYARIAH KANTOR KAS PURBOLINGGO**

untuk melakukan prasurvey di PT BPRS AMAN SYARIAH KANTOR KAS
PURBOLINGGO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 November 2022

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

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-535/In.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

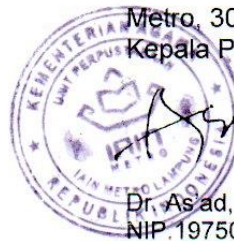
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : SEFTI WULANDARI
NPM : 1903020C53
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903020053

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 30 Mei 2023
Kepala Perpustakaan

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



**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 : Sefti Wulandari
NPM : 1903020053
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Segmentasi Pasar Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolingo** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 8 Juni 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Sefti Wulandari Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
NPM : 1903020053 Semester/TA : VII/2022
Dosen Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah,
MSI

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 19/12/2022	LBM - about mengkoncut - munculkan hasil survey Strategi yg diteliti Footnote what buku Pedoman penulisan skripsi - Gery Ausstrong buku apa kanyaga.	✓ ✓
	Jumat 23 Des 2022.	LBM, Hasil pra survey → footnote dan what catatan pd LBM. Bab II Setiap teori merujuk pada buku dan wajib ada footnote. Bab III teknik sampling / acasabah.	✓ ✓

Dosen Pembimbing,

Ani Nurul Imtihanah, MSI
NIDN. 2019069002

Mahasiswa PBS,

Sefti Wulandari
NPM.1903020053



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Sefti Wulandari Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
NPM : 1903020053 Semester/TA : VII/2022
Dosen Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah,
MSI

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
		Setrap habis kutipan dari teori maka wajib ada penjelasan.	✓
	26/12/2022 Senin	Bab III 1. Data primer 2. jelaskan teknik wawancara. - Bab IV Catatan sumber rujukan. Leri bulan J. Setiadi LBM → terkait menggap pentingnya penelitian. Penjelasan tentang alasan - judul.	✓ ✓

Dosen Pembimbing,

Ani Nurul Imtihanah, MSI
NIDN. 2019069002

Mahasiswa PBS,

Sefti Wulandari
NPM.1903020053




**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725)
41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Sefti Wulandari Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
NPM : 1903020053 Semester/TA : VII/2022
Dosen Pembimbing : Ani Nurul Imtihanah,
MSI

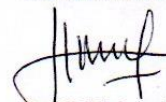
NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	29 Des 2021	Ace Proposal.	

Dosen Pembimbing,



Ani Nurul Imtihanah, MSI
NIDN. 2019069002

Mahasiswa PBS,



Sefti Wulandari
NPM.1903020053



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21 Feb 2023.	Bimbingan Bab 2 dan outline. - Tambah bab II - Pengukuran dan strategi segmentasi pasar. - POIN C. - Indikator dan menungkatkan Nagabala. hal 30. dihapus / diganti ke lembaga keuangan Syariah.	

Dosen Pembimbing,

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Sefti Wulandari
NPM. 1903020053



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27 Feb 2023 Senin	Bimbingan bab outline $\left\{ \begin{array}{l} \text{Dalam bab 4} \\ \text{tidak ada keefektifan} \end{array} \right.$ APD = mengacu pada teori - Konsep pertanyaan terkait tolak ukur Δ segmen fusi harus ada ?	
	03/03/ 2023	Tambah pertanyaan terkait Δ perumuskatkan Nasabah / hal yg mempengaruhi menjadi nasabah.	
	10/03/2023		

Dosen Pembimbing,

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Sefti Wulandari
NPM. 1903020053



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13/03/2023 Senin	Ace APD. lanjutan pada paragraf dalu.	

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Sefti Wulandari
NPM. 1903020053



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/07/2023	<p>- Gambar umum / profil. bank. Selengkapya. Perbanyu pada hal analisis</p> <p>- Hasil banyu ferbait dengan peningkatan jumlah nasabah dan analisisnya masih sangat mungkin.</p> <p style="text-align: center;">Strategi → Analisis ①. A. D ②</p>	
	03/04/23	<p>-> Jelaskan detail Segmentasi yg dilakuin</p> <p>- Daftar Gambar berijudul dan sumber - Penyusunan Bab Analisis</p>	

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Sefti Wulandari
NPM. 1903020053



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		hasil wawancara terkait penyediaan nasabah letakan di poin B. dan di point C Analisis dengan teori.	
	15 Mei 2023 Senin	- Tujuan dilakukannya Segmentasi pasar ? Demografi dan psikografi ? - Kesimpulan mengenai Relevansi penelitian.	
	22-Mei- 2023	Bab 1 - 5 : - LEM diperbaiki sesuai catatan - Analisis bab 4, terkait segmentasi pasar.	

Dosen Pembimbing

Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,

Sefti Wulandari
NPM. 1903020053




**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

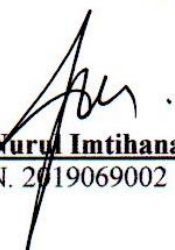
Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI


Nama : Sefti Wulandari Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903020053 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30 Mei 2023	Acc Untuk Muraqabah	

Dosen Pembimbing


Ani Nurul Imtihanah, M.S.I
NIDN. 2019069002

Mahasiswa Ybs,


Sefti Wulandari
NPM. 1903020053

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

A. Wawancara kepada Bapak Misbakhul Munir sebagai Pimpinan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Dari segi pesaing, Siapa yang menjadi pesaing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Pesaing yang ada di BPRS Aman Syariah seperti BMT Assyafi'iyah Cab Puroolinggo dan PT. Mega Central Finance
2.	Apakah segmentasi pasar penting bagi BPRS Aman syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Ya segmentasi pasar sangat penting bagi BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo, karena adanya segmentasi pasar membuat lebih fokus dan lebih terukur. Kita juga bisa lebih memahamai terhadap permasalahan atau kebutuhan pada nasabah.
3.	Bagaimana penerapan strategi segmentasi pasar yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo?	Disini kami menerapkan berbagai segmen dari strategi segmentasi diantaranya yaitu strategi segmentasi berdasarkan demografis dan psikografis. Dalam strategi segmentasi demografis ini kami mengelompokkan nasabah berdasarkan usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Sedangkan pada segmen demografis kami mengelompokkan nasabah berdasarkan gaya hidup dan kepribadian mereka dengan melihat gaya hidup konsumen melalui media sosial atau informasi dari masyarakat sekitar.
4.	Bagaimana prosedur dalam melakukan transaksi pembiayaan di BPRS Aman Syariah ?	Pertama mengajukan permohonan pembiayaan kemudian pengumpulan data atau melengkapi persyaratan selanjutnya pihak BPRS melakukan survei lapangan, apabila pinjaman disetujui maka lakukan akad, pengikatan

		jaminan dan juga pencairan dana, kemudian nasabah melakukan pembayaran cicilan dan pelunasan pembiayaan.
5.	Produk pembiayaan apa yang paling banyak diminati ?	Produk pembiayaan yang paling banyak diminati yaitu pembiayaan modal usaha.

B. Wawancara kepada Ibu Eka sebagai Marketing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Produk pembiayaan apa saja yang menjadi andalan BPRS Aman Syariah ?	Produk andalannya adalah pembiayaan modal usaha karena masyarakat disini umumnya sebagai pedagang dan petani yang membutuhkan modal untuk usahanya.
2.	Dalam strategi Segmentasi pasar, bagaimana BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo mengelompokkan nasabah ?	Kami menerapkan strategi segmentasi pasar berdasarkan demografis dan psikografis , disini kami mengelompokkan nasabah berdasarkan usia yaitu 17-35 dan 36-55 tahun, pekerjaan dan jenis kelamin. Kami juga menerapkan strategi segmentasi pasar berdasarkan psikografis yaitu mengelompokkan nasabah berdasarkan gaya hidup dan kepribadian mereka.
3.	Bagaimana pelayanan yang diberikan BPRS Aman syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah ?	Kami memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah seperti tersedianya sarana prasana yang lengkap didalam kantor, berkomunikasi dengan jelas dan mudah dipahami kepada nasabah serta kami siap untuk datang kerumah atau kepasar jika ingin menabung atau melakukan tarik tunai sehingga nasabah tidak perlu repot-repot untuk datang ke kantor.
4.	Strategi Pemasaran apa saja yang dilakukan BPRS Aman Syariah	Kami menerapkan strategi bauran pemasaran 4P yaitu

	dalam meningkatkan jumlah nasabah ?	produk, harga,tempat dan promosi dalam mengenalkan berbagai macam produk yang kami miliki.
5.	Apa saja strategi promosi yang digunakan pihak BPRS Aman Syariah dalam mempromosikan produknya ?	Untuk strategi promosi kami menggunakan media promosi dalam bentuk brosur yang dibagikan , memasang priklanan di media sosial dan kami juga melakukan stratgei promosi dengan cara jemput bola atau door to door yaitu kunjungan rumah dan kunjungan ke pasar.

C. Wawancara kepada Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo
Ibu Rani

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena tidak ada bunga dan proses pengajuan pembiayaannya yang mudah.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan dari promosi yang pihak BPRS lakukan, yaitu brosur.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS sangat baik
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya strategi promosi yang dilakukan pihak BPRS sudah bagus dari pembagian brosur dan media sosial sehingga banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk yang ada di BPRS.

Ibu Siti

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasan saya menjadi nasabah pada BPRS Aman Syariah menghindari riba dan banyak kemudahan dalam bertransaksi

		atau ingin mengajukan pembiayaan.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan di BPRS melalui brosur yang dibagikan oleh pihak BPRS
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya pelayanan yang diberikan pihak BPRS sangat baik dari karyawan nya yang ramah, sopan dan cepat.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan BPRS baik dari pembagian brosur sampai sosialisasi.

Ibu Fitri

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya tertarik menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah selain menghindari riba, sistem bagi hasilnya yang bagus dan banyak kemudahan serta pelayanan yang baik.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan dari teman saya yang juga sebagai nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya pelayanan yang dilakukan karyawan BPRS Aman Syariah baik, karyawan nya ramah-ramah.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya promosi yang dilakukan pihak BPRS sudah bagus sehingga konsumen bisa mengenal produk yang ada di BPRS Aman Syariah.

Ibu Nia

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasan saya menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena tidak adanya riba

2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya bisa mengenal produk pembiayaan dari brosur dan sosialisasi yang dilakukan oleh pihak BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya pelayanannya cepat dan marketing menjelaskan produknya bahasanya mudah dipahami.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Strategi promosi yang dilakukan pihak BPRS sudah baik sehingga banyak konsumen yang tau tentang produk apa saja yang ada di BPRS Aman Syariah.

Ibu Suprih

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasan saya tertarik dan menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena sistem bagi hasil yang digunakan sudah sesuai dengan tuntunan islam.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya bisa mengenal produk pembiayaan dari teman saya yang juga merupakan nasabah pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Menurut saya pelayanan yang diberikan sudah bagus karyawannya ramah dan sikap sopannya santun kepada nasabah.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan BPRS sudah bagus dari pembagian brosur dan media sosial sebagai alat promosi.

Ibu Eli

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasana saya menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena untuk menghindari riba dan kebutulan saat itu saya membutuhkan modal untuk usaha dan kemudian teman saya

		menyarankan untuk mengajukan pembiayaan di BPRS Aman Syariah.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan dari salah satu karyawan marketing BPRS yang datang kerumah saya dan menjelaskan tentang produk yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Pelayanannya sangat baik dari ruangan kantornya yang nyaman securitynya yang ramah dan karyawannya yang sopan.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan sudah baik bahkan ada karyawan marketing yang mendatangi rumah rumah konsumen untuk menjelaskan dan menawarkan produk yang ada di BPRS Aman Syariah.

Bapak Putra

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasana saya menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena menghindari riba dan saya bisa menjadi nasabah di BPRS karena rekomendasi dari teman saya yang merupakan nasabah di BPRS Aman Syariah juga.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan di BPRS dari promosi yang dilakukan pihak BPRS Aman Syariah.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan, karyawannya sopan, ramah dan cepat.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan pihak BPRS Aman Syariah sudah baik dari pembagian brosur dan sosialisasi.

Ibu Wati

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasan saya tertarik dan menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah karena sistem bagi hasilnya dan prosedur nya yang mudah.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayann di BPRS dari teman saya yang merupakan nasabah di BPRS dan juga menyarankan saya untuk melakukan pembiayaan di BPRS Aman Syariah.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Pelayanan baik, karyawannya ramah ruangan kantor nya pun sangat nyaman.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan baik.

Ibu Risti

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Alasan saya tertarik dan menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah selain menghindari riba kebetulan produk yang ditawarkan pun sesuai dengan kebutuhan saya. Karena waktu itu anak saya sedang membutuhka motor untuk sekolah dan pihak BPRS menyarankan saya untuk mengggunkan produk pembiayaan kepemilikan barang atau jual beli.
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan dari promosi yang dilakukan pihak BPRS Aman Syariah.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Pelayanannya baik, ketika datang ke kantor pun langsung dibukakan pintu dan disambut dengan ramah oleh securitynya.

4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan BPRS bagus mulai dari pembagian brosur, sosialisasi sampai dengan media sosial nya.
----	---	--

Ibu Novi

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Apa alasan bapak/ibu sehingga tertarik untuk menjadi nasabah di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Karena sesuai syariah dan menghindari riba
2.	Bagaimana bapak/ibu bisa mengenal produk pembiayaan di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Saya mengenal produk pembiayaan di BPRS dari salah satu karyawan marketing di BPRS Aman Syariah.
3.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang pelayanan yang diberikan oleh BPRS Aman Syariah kantor Kas Purbolinggo ?	Pelayanan yang diberikan sudah cukup puas, karyawannya baik.
4.	Bagaimana pendapat bapak/ibu tentang strategi promosi yang dilakukan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo ?	Promosi yang dilakukan BPRS bagus dari pembagian brosur sehingga banyak konsumen yang mengetahui produk apa saja yang ada di BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo.

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Misbakhul Munir, Pimpinan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Wawancara dengan Ibu Eka, Marketing BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Wawancara dengan Ibu Suprih, Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Wawancara dengan Bapak Putra, Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Wawancara dengan Ibu Wati, Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolingo



Wawancara dengan Ibu Risti, Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolingo



Wawancara dengan Ibu Eli, Nasabah Pembiayaan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo



Foto dengan Pimpinan BPRS Aman Syariah Kantor Kas Purbolinggo

Ayo Pembiayaan



Contact Person :

BAGAS 0857 5813 6918

DESTA 0812 7295 9606

Bank Aman Syariah

Bank Aman Syariah

Aman, Selalu di Hati

Proses : Ramah , Cepat & Menguntungkan

Jenis Pembiayaan

- ⇒ Murobahah (Jual Beli Barang)
- ⇒ Mudhorobah (Bagi Hasil)
- ⇒ Musyarokah (Bagi Hasil)
- ⇒ Ijarah Mumtahiya Bittamlik (Leasing)
- ⇒ Hiwalah (Talangan)

Kantor Pusat :

Jl. Raya Sumbergede Kecamatan Sekampung, Lampung Timur - Lampung
Telp. 0725-5100000 Fax. 0725-7851423

Kantor Kas :

Jl. Bungur Raya, Tanjung Inten, Kec. Purbolinggo, Kab. Lampung Timur



Persyaratan PEMBIAYAAN

1. Jaminan berupa : BPKB, sertifikat (tanah, kebun, rumah)
2. KTP Suami Istri
3. Kartu Keluarga
4. Surat Nikah
5. Rekening Listrik

Skema Pembiayaan

MUROBAHAH (JUAL BELI)



MUDHOROBAH (BAGI HASIL)



MUSYAROKAH (BAGI HASIL)



IJARAH (SEWA BELI)



HIWALAH (TALANGAN)



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Sefti Wulandari merupakan anak kedua dari 2 bersaudara dari pasangan Bapak Zarkoni dan Ibu Samsiah. Peneliti dilahirkan di Dipasena pada tanggal 27 September 2001.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti meliputi Taman Kanak-kanak di TK Dharma Wanita Bumi Dipasena Sejahtera, kemudian melanjutkan Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Bumi Dipasena Sejahtera dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Rawajitu Timur dan lulus pada tahun 2016, selanjutnya Sekolah Menengah Kejuruan di SMK Negeri 1 Rawajitu Timur dan lulus pada tahun 2019.

Tahun 2019 peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro mengambil Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) melalui jalur SPAN-PTKIN dimulai pada semester 1 (satu) Tahun Ajaran (TA) 2019/2020 dan menyelesaikan pendidikan tersebut dengan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada semester genap Tahun Ajaran (TA) 2023/2024.