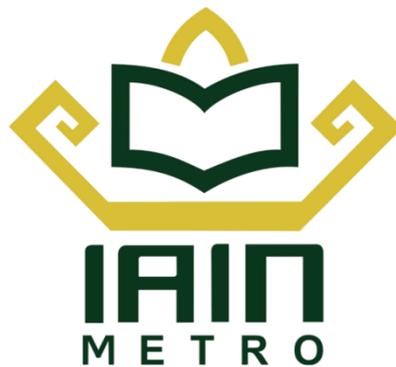


**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS  
METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG**

**Oleh:**

**MEGA PURNAMA SARI  
NPM. 1903020027**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
1445 H / 2023 M**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI  
DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG**

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

Oleh:

Mega Purnama Sari  
NPM. 1903020027

Pembimbing: Northa Idaman, M.M

Jurusan S1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
1445 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](http://www.syariah.metrouniv.ac.id);  
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**NOTA DINAS**

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

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

***Assalamu'alaikum Wr. Wb***

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

Nama : MEGA PURNAMA SARI  
NPM : 1903020027  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK  
GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT  
II TULANG BAWANG

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

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Metro, 05 Desember 2023  
Dosen Pembimbing

Northa Idaman, M.M  
NIP. 19840820 201903 2 005

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK  
GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II  
TULANG BAWANG

Nama : MEGA PURNAMA SARI

NPM : 1903020027

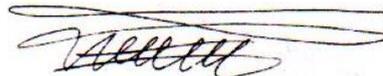
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

### MENYETUJUI

Sudah dapat kami setuju untuk disidangkan dalam sidang munaqosyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 05 Desember 2023  
Dosen Pembimbing



Northa Idaman, M.M  
NIP. 19840820 201903 2 005



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No.: B- A027 /ln-28.3 /D/PP.00.9/12 /2023

Skripsi dengan Judul: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG, disusun oleh: Mega Purnama Sari, NPM: 1903020027, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis, 21 Desember 2023.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Northa Idaman, M.M  
Penguji I : Liberty, S.E., M.A  
Penguji II : Atika Riasari, M.BA  
Sekretaris : Dian Oktarina, M.M



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG**

**Oleh:**

**MEGA PURNAMA SARI  
NPM. 1903020027**

Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Griya Madani Di Bprs Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang” merupakan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan strategi apa yang digunakan BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang untuk memasarkan produk griya madani.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, penulis melakukan penelitian kualitatif. Data penelitian diperoleh dari dokumen yang berupa data BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, penelittian lapangan dengan pihak BPRS dan wawancara secara langsung dengan kepala cabang serta marketing BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang serta nasabah produk griya madani, serta literatur pendukung yang relevan terhadap permasalahan yang penulis angkat.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang yaitu 7P yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang sudah cukup baik, namun perlu dioptimalkan kembali pada bagian promosi. Hal tersebut bertujuan agar informasi terkait produk griya madani tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Meningkatkan Pembiayaan*

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MEGA PURNAMA SARI

NPM : 1903020027

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2023

Yang menyatakan



MEGA PURNAMA SARI  
NPM. 1903020027

## MOTTO

﴿٣٥﴾ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

*“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”.*(Al-Isra: 35)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayahnya, maka akan saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua ku tercinta, Bapak Samingun dan Ibu Suparmi yang selalu memberikan kasih sayang dan perhatian serta selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk keberhasilan anak-anaknya. Serta kakak ku tercinta Like Mawarni yang selalu memberikan semangat kepada saya selama penyusunan skripsi ini.
2. Dosen pembimbing skripsiku Bapak Northa Idaman M.M yang selalu memberikan bimbingan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Sahabat-sahabat yang selalu memberikan dukungan, semangat serta bantuan selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih sudah kebersamai, semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.
4. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat penulis menuntut ilmu dan memperdalam ilmu perbankan syariah.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Serta berkat Rahmat serta Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Griya Madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang” sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam penyelesaian skripsi ini peneliti menyadari bahwa sebagai manusia tidak terlepas dari kesalahan dan keterbatasan. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini belum tentu terselesaikan. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M. selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Bapak Northa Idaman, M.M. selaku pembimbing skripsi saya yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberi arahan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta sarana dan prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
6. Pimpinan dan karyawan BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Desember 2023  
Peneliti,



Mega Purnama Sari  
NPM. 1903020027

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>

### **BAB 1 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 .....	8
1. Strategi Pemasaran .....	8
2. Konsep Strategi Pemasaran.....	9
3. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran .....	10
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran .....	12
B. Bauran Pemasaran .....	12
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2. Komponen Bauran Pemasaran .....	13

C. Peningkatan Pembiayaan .....	19
---------------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	21
B. Sumber Data.....	22
C. Teknik Pengumpulan Data.....	23
D. Teknik Keabsahan Data .....	24

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	26
1. Sejarah BPRS Metro Madani.....	26
2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani .....	27
3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani.....	27
B. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pembiayaan Produk Giya Madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang. 28	
1. <i>Product</i> (produk).....	28
2. <i>Price</i> (harga).....	30
3. <i>Place</i> (tempat) .....	31
4. <i>Promotion</i> (promosi).....	32
5. <i>People</i> (orang).....	33
6. <i>Physical evidence</i> (bukti fisik).....	34
7. <i>Process</i> (proses) .....	35

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	40
B. Saran .....	40

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

1. Tabel 1.1 Data Jumlah Pembiayaan Nasabah Griya Madani BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022) ..... 3
2. Tabel 1.2 Data Jumlah nasabah griya madani BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022) ..... 4

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani KC Unit II Tuang Bawang .....	28
--	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Alat Pengumpulan Data (APD)
3. Surat Izin Pra Survey
4. Surat Balasan Izin Pra Survey
5. Surat Izin Research
6. Surat Balasan Izin Research
7. Surat Tugas Research
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
11. Foto-foto Penelitian
12. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam dunia modern seperti saat ini, peran perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangat besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan kegiatan keuangan membutuhkan jasa bank. Oleh sebab itu, baik masa sekarang ataupun masa yang akan datang kita tidak akan lepas dari perbankan, pada saat menjalankan aktivitas keuangan, baik lembaga, perseorangan, sosial maupun perusahaan.

Bank secara sederhana diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat serta memberikan layanan jasa lainnya.<sup>1</sup>

Dalam undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah mendefinisikan tentang perbankan syariah dan bank syariah. Dalam pasal 1 ayat 1 bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan usahanya. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah dan Pembiayaan Bank Syariah.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 2.

<sup>2</sup> Waldi Nopriansyah, *Pendekatan Akad Murabahah di Perbankan Syariah Secara Normatif*, (Palembang: Islamic Banking, vol 2 nomor 2 februari 2017), h. 17.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil di kecamatan atau perdesaan. Jenis produk yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah relatif lebih sempit jika dibandingkan dengan bank umum, bahkan ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan.<sup>3</sup>

Persaingan antar bank sendiri semakin ketat ditandai dengan banyak berdirinya bank-bank syariah dengan produk yang beragam. Salah satunya yaitu produk pembiayaan konsumtif kepemilikan rumah. Salah satu bank syariah yang menawarkan produk pembiayaan kepemilikan rumah yaitu BPRS Metro Madani, produk tersebut yaitu griya madani yang diberikan kepada nasabah berupa tanah siap bangun, kepemilikan rumah, pembangunan rumah, renovasi rumah lama dan melanjutkan pembangunan rumah.

Secara umum setiap konsumen akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan mengambil pembiayaan. Untuk itu bank syariah harus dapat membaca peluang serta dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen, termasuk dalam hal ini harus memperhatikan strategi pemasaran terkhusus dalam produk pembiayaan griya madani.

---

<sup>3</sup> Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 44.

**Tabel 1.1****Data Jumlah Pembiayaan Nasabah Griya Madani BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pembiayaan</b>	<b>Target Pembiayaan</b>	<b>Deviasi (Rp)</b>
2020	Rp. 895.000.000	Rp. 1.500.000.000	-605.000.000
2021	Rp. 1.764.000.000	Rp. 1.500.000.000	+264.000.000
2022	Rp. 1.525.000.000	Rp.2.200.000.000	-675.000.000

*Sumber: BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022)<sup>4</sup>*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2020 tidak tercapai target pembiayaan, dimana target pada tahun 2020 sebesar Rp. 1.500.000.000 sedangkan jumlah pembiayaan hanya mencapai Rp. 895.000.000 sehingga pada tahun 2020 mengalami –Rp. 605.000.000. Kemudian pada tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah pembiayaan dan target pembiayaan tercapai, dimana target pada tahun 2021 sebesar Rp. 1.500.000.000 sedangkan jumlah pembiayaan mencapai Rp. 1.764.000.000. Kemudian pada tahun 2022 mengalami penurunan dan target pembiayaan tidak tercapai, dimana target pembiayaan pada tahun 2022 sebesar Rp. 2.200.000.000 sedangkan jumlah pembiayaan hanya mencapai Rp. 1.525.000.000 sehingga pada tahun 2022 mengalami –Rp. 675.000.000.

---

<sup>4</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Enda Suhendra selaku Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang pada 13 Februari 2023.

**Tabel 1.2****Data Jumlah nasabah griya madani BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022)**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>	<b>Jumlah Nasabah Baru</b>	<b>Target Nasabah Baru</b>	<b>Deviasi</b>
2020	19	16	25	-9
2021	27	25	25	Tercapai
2022	23	21	30	-9

*Sumber: Bprs Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang (Tahun 2020-2022).<sup>5</sup>*

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jumlah nasabah pada tahun 2020 sebanyak 19 kemudian jumlah nasabah baru sebanyak 16 nasabah dan target nasabah baru sebesar 25 jadi pada tahun 2020 tidak mencapai target. Kemudian pada tahun 2021 jumlah nasabah mengalami peningkatan dan tercapainya target nasabah baru, dimana jumlah nasabah keseluruhan sebanyak 27 nasabah dan nasabah baru sebanyak 25 nasabah kemudian target nasabah baru sebanyak 25 nasabah. Kemudian pada tahun 2022 mengalami penurunan dan tidak tercapai target nasabah baru, dimana jumlah keseluruhan nasabah sebanyak 23 nasabah dan nasabah baru sebanyak 21 nasabah kemudian target nasabah baru sebanyak 30 nasabah. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan dan peningkatan serta tercapai dan tidak tercapainya jumlah nasabah serta jumlah pembiayaan salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil prasurvey dengan Ajad Sudrajad selaku marketing, produk Griya Madani sudah ada sejak tahun 2009 akan tetapi produk Griya Madani dulu bernama KPRS, kemudian pada tahun 2019 berganti nama

---

<sup>5</sup> *Ibid.,*

menjadi Griya Madani. Dilihat dari tabel diatas jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan tidak mengalami peningkatan yang signifikan, namun berdasarkan kebijakan perusahaan produk Griya Madani akan tetap dipasarkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka hal ini menjadi mandik untuk diteliti dan diketahui bagaimana analisis strategi pemasaran produk griya madani. Jadi, berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan di atas, maka telah dipilih judul “**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Griya Madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang**”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Strategi apa yang digunakan BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang untuk memasarkan produk griya madani dalam meningkatkan target pembiayaan?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang.

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Secara Teoristis yaitu diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu perbankan syariah dan pengetahuan terkait dengan produk serta analisis strategi pemasaran pada bank syariah.
- b. Secara praktis yaitu diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi strategi pemasaran kepada BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang untuk produk Griya Madani dan juga diharapkan dapat menjadi sumbangsih bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Metro dimasa yang akan datang.

#### **D. Penelitian Relevan**

Pertama, jurnal dari Okta Andri Yanti (2020) dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Merelan Raya)”. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Merelan Raya dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Strategi yang digunakan guna meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Merelan raya yaitu menjalankan periklanan di televisi, koran, radio, majalah dan internet. Bank juga menyediakan selebaran-selebaran pada meja nasabah, *customer service* dan *teller*. Selain itu bank juga melakukan promosi ke perusahaan dan sekolah.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Okta Andri Yanti,” *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Merelan Raya)*” Jurnal Feb, Vol2 No1 2020.

Kedua, jurnal dari Ary Prasetya dan Susianto (2020) dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan”. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Al-Washliyah Medan yaitu menggunakan strategi *marketing mix* 4p yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi, publitas dan *personal selling*. Metode yang paling efektif yang digunakan oleh BPRS Al-Washliyah Medan yaitu *personal selling*.<sup>7</sup>

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Siti Saadah, Metti Pramita, Hj Alfiaty Kurniasih (2020) yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada LKMS (BPRS AL SALAAM KC.CIBINONG)”. Dalam penelitian ini peneliti meneliti tentang model pengembangan strategi pemasaran pada pembiayaan akad *mudharabah* di BPRS Al Salaam Kc. Cibinong. Strategi yang diterapkan pada pemasaran pembiayaan akad *mudharabah* di BPRS Al Salaam Kc. Cibinong adalah konsep 4P yaitu *product, place, price dan promotion* karena dinilai lebih dapat diterima oleh masyarakat.<sup>8</sup>

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dilampirkan diatas terdapat persamaan yaitu sama sama meneliti tentang strategi pemasaran pada

---

<sup>7</sup> Ary Prasetya, Susianto, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan” (Jurnal FEB Vol 1, No 1 2020)

<sup>8</sup> Siti Saadah, Metti Pramita, Hj Alfiaty Kurniasih, “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada LKMS (BPRS Al Salaam Kc.Cibinong)” (Jurnal Perbankan Syariah: Nisbah Vol. 6 No. 2 2020).

bank syariah dan perbedaan terletak pada objek yang diteliti, produk yang diteliti serta tahun dilaksanakannya penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Pemasaran

##### 1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rancangan yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>1</sup>

Adapun strategi pemasaran didefinisikan sebagai sebuah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dalam bidang pemasaran, yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk, dan pendistribusian.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Press, 2015), h. 154.

<sup>2</sup> Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, Dan Strategi)* (Jakarta: Raja Grafindk Persada, 2014), h. 5.

Pemasaran memiliki konsekuensi terjadinya peralihan hak dari suatu barang dari pihak penjual kepada pembeli mempunyai landasan hukum yang dapat kita jumpai dalam Al-Quran surat An-Nisa (2:29)<sup>3</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu*”

## 2. Konsep Strategi Pemasaran

Banyak ahli pemasaran yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan bagian terpenting dari konsep pemasaran dan rencana pemasaran. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki caranya sendiri untuk melakukan pemasaran berdasarkan kekuatan dan kelemahannya sendiri. Pada dasarnya tujuan akhir dari pemasaran yaitu kepuasan pelanggan. Berikut merupakan konsep strategi pemasaran:

- a. Segmentasi Pasar. Setiap pelanggan memiliki cara dan keinginan yang berbeda dalam melakukan sesuatu. Perusahaan harus membagi pasar yang berbeda menjadi kelompok pasar yang sama.
- b. *Market Positioning*. Tidak ada perusahaan yang dapat mengendalikan seluruh pasar, untuk mendapatkan posisi dominan dipasar maka

---

<sup>3</sup> Rama Riyaldi, Havis Aravik, Choirunnisak, "Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Indonesia (Study Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Simpang Patal Palembang)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (Stebis) Indo Global Mandiri*, Vol 2 No 2 September 2022, h. 383.

perusahaan harus mengikuti pola yang tepat yang melibatkan pemilihan segmen yang paling menguntungkan.

- c. *Market Entry Strategi*. Ini adalah rencana perusahaan untuk memasuki segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan meliputi akuisisi perusahaan lain, pengembangan internal, dan kolaborasi dengan bisnis lain.
- d. *Marketing Mix Strategi* adalah kumpulan variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi respon konsumen. Variabel yang digunakan antara lain *product, price, place, promotion, process, people physical evidence*.
- e. *Timing Strategi*. Waktu pemasaran juga penting untuk dipertimbangkan, perusahaan harus membuat ketentuan yang memadai dibidang produksi dan waktu yang optimal untuk mendistribusikan produknya di pasar.<sup>4</sup>

### **3. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran**

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya:

- a. Meningkatkan Motivasi Untuk Melihat Masa Depan

Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang penting bagi sebuah perusahaan untuk

---

<sup>4</sup> Miguna Astuti, Agni Rizkita Amanda, *Pengantar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Dee publish, 2020), h.25

mengikuti ritme pasar namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.

b. Koordinasi Pemasaran Yang Lebih Efektif

Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran sendiri strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

c. Merumuskan Tujuan Perusahaan

Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka dengan adanya strategi pemasaran maka para pelaku usahakan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai baik jangka pendek maupun jangka panjang.<sup>5</sup>

d. Pengawasan Kegiatan Pemasaran

Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya dengan begitu pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Secara umum ada 4 tujuan strategi pemasaran diantaranya adalah:

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.

---

<sup>5</sup> Grace Haque Fawzi, et al., *Manajemen Pemasaran Konsep, Teori, Implementasi* (Banten: Pascal Books, 2021), h. 11

- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam perusahaan.<sup>6</sup>

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran**

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu lingkungan mikro yang terdiri dari perantara pemasaran, pemasok, pesaing, dan masyarakat umum. Lingkungan makro yang terdiri dari kondisi demografi dan kondisi ekonomi, situasi politik atau hukum, teknologi, serta lingkungan sosial dan budaya.<sup>7</sup>

### **B. Bauran Pemasaran**

#### **1. Pengertian Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran adalah kerangka kerja strategis yang digunakan untuk menilai tingkat efektivitas pemasaran dalam suatu organisasi. Tingkat keberhasilan pemasaran perusahaan bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan segmen pasar atau basis konsumen yang dipilih. Bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai 4P (produk, harga, tempat, dan promosi), melibatkan manajemen strategis dari elemen-elemen ini untuk secara efektif mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk mengembangkan dan menawarkan produk dan layanan yang dapat secara efektif memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan.

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 12.

<sup>7</sup> Gunawan, *Manajemen Pemasaran Lanjutan* (Bogor: Percetakan IPB, 2016), h. 22.

Bauran pemasaran mencakup berbagai komponen yang berfungsi sebagai faktor fundamental dalam proses pengambilan keputusan untuk mengembangkan strategi komunikasi pemasaran. Komponen-komponen ini biasanya disebut sebagai 4P (*Product, Price, Place, dan Promotion*) bersama dengan tambahan 3P (*People, Process, dan Physical Evidence*).<sup>8</sup>

## 2. Komponen Bauran Pemasaran

### a. *Product* (Produk)

Produk secara singkat menurut Philip Kotler, dapat didefinisikan sebagai berikut: “Produk adalah apa yang dapat ditawarkan di dalam pasar untuk dipertahankan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan termasuk di dalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan”.

Kesimpulannya, istilah produk mengacu pada entitas berwujud atau entitas tidak berwujud yang biasa disebut sebagai jasa. Sering juga disebut sebagai jasa.<sup>9</sup>

### b. *Price* (Harga)

Ketika menentukan harga jual, sangat penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan berbagai pemangku kepentingan, seperti konsumen akhir, distributor, pesaing, pemasok, bahan, dana, tenaga kerja, dan manajemen perusahaan. Individu yang bertanggung jawab

---

<sup>8</sup> Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, Ridzuan Tobink, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli*, cet. ke-2 (Jakarta: Atalya Rileni Sudeca, 2021), h. 195.

<sup>9</sup> *Ibid*, h. 197.

untuk mengawasi operasi dan proses pengambilan keputusan dalam organisasi yang bersangkutan adalah para manajer. Keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek operasi perusahaan, yang mencakup aktivitas penjualan dan tingkat profitabilitas yang diinginkan. Oleh karena itu, sangat penting bahwa semua keputusan yang berkaitan dengan penetapan harga harus dievaluasi secara menyeluruh dan teliti, dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang berdampak pada organisasi.

Untuk mencapai keunggulan dalam harga, diperlukan keunggulan operasional, dengan keunggulan operasional akan memberikan perpaduan kualitas, harga dan kemudahan dalam membeli (Michael Treacy dan Fred Wieseema).<sup>10</sup>

Pelaksanaan operasi perusahaan yang efektif akan mengurangi biaya produksi. Akibatnya, harga jual dapat diturunkan lebih lanjut. Namun demikian, persepsi konsumen tidak memiliki kemampuan mutlak untuk menyebabkan konsumen mengabaikan harga. Konsumen biasanya memiliki tolak ukur untuk mengevaluasi harga. Konsumen biasanya mengandalkan berbagai faktor sebagai acuan atau dasar untuk menilai harga. Faktor-faktor tersebut yaitu perbandingan dengan harga produk lain, fluktuasi waktu pembelian, dan lingkungan pembelian.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 198.

Selain pertimbangan harga yang disebutkan di atas, perusahaan juga dapat mengadopsi strategi penetapan harga yang komprehensif yang menggabungkan satu atau lebih dari tiga pendekatan yaitu pendekatan harga berdasarkan biaya (*cost-based pricing*), penetapan harga berdasarkan nilai (*value-based pricing*), penetapan harga berdasarkan persaingan (*competition-based pricing*).<sup>11</sup>

c. *Place* (Tempat)

Setelah produksi barang selesai dan barang tersebut siap untuk memasuki pasar, tahap selanjutnya dalam proses pemasaran melibatkan identifikasi dan pemilihan strategi dan taktik pemasaran yang tepat. Fase selanjutnya dalam proses pemasaran melibatkan identifikasi dan pemilihan metode dan saluran yang akan digunakan untuk mendistribusikan barang ke pasar sasaran. Hal ini berkaitan dengan strategi distribusi dan tercakup dalam proses pemilihan saluran distribusi.

Saluran distribusi menurut Basu Swastha, dapat didefinisikan sebagai saluran distribusi untuk sebuah produk adalah: “Saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri”.<sup>12</sup>

d. *Promotion* (Promosi)

Pemanfaatan berbagai jenis kegiatan promosi memiliki efek pada luasnya kegiatan yang dipromosikan. Ketika memasarkan produk

---

<sup>11</sup> *Ibid*, h. 199.

<sup>12</sup> *Ibid*, h. 200.

mereka, perusahaan juga perlu mempertimbangkan masalah lain, yaitu upaya promosi perusahaan lain yang bersaing dengan mereka.

Promosi menurut Baru Swastha yaitu arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Philip Kotler, mengategorikan kegiatan promosi ke dalam berbagai komponen, diantaranya:

- 1) Periklanan. Segala bentuk komunikasi dan pemasaran non-personal yang melibatkan penyebaran ide, produk, dan layanan, dengan syarat menerima pembayaran dari sponsor yang ditunjuk. Fungsi dari periklanan yaitu membujuk atau memengaruhi orang lain, menciptakan kesan atau citra yang diinginkan, dan memuaskan keinginan atau kebutuhan pribadi.
- 2) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*). Penyajian lisan mengacu pada tindakan terlibat dalam percakapan dengan calon pembeli dengan tujuan memfasilitasi proses penjualan dan pembelian barang atau jasa. Fungsi dari penjualan pribadi yaitu penilaian strategi komunikasi, fasilitasi pertumbuhan langganan, prioritas manajemen langganan, penyelesaian masalah, pemanfaatan waktu

yang efisien, alokasi sumber daya, peningkatan kompetensi individu, dan pelaksanaan analisis pasar.<sup>13</sup>

- 3) Promosi Dagang. Periode singkat dengan aktivitas tinggi yang bertujuan untuk mempromosikan pertukaran barang dan jasa. Komponen dari proses ini termasuk perolehan sampel, penggunaan kupon atau nota, serta topik-topik yang menarik termasuk pemberian hadiah, sertifikat hadiah, dan partisipasi dalam undian.
- 4) Publisitas. Strategi promosi non-personal bertujuan untuk membangkitkan minat dan keinginan terhadap suatu produk atau jasa, atau entitas bisnis, dengan menyebarkan informasi komersial melalui saluran media cetak atau elektronik, seperti koran, majalah, radio, televisi, atau pertunjukan langsung, tanpa melibatkan sponsor keuangan secara langsung.<sup>14</sup>

e. *People (Orang)*

Menurut Bernard H. Booms dan Mary Jo Bitner dalam Ferry Effendi, menerangkan bahwa *people* berarti “orang yang melayani ataupun yang merencanakan pelayanan terhadap para konsumen”.

Mengingat sebagian besar layanan diberikan oleh individu, maka sangat penting untuk memilih dengan cermat, melatih secara memadai, dan memotivasi individu-individu ini secara efektif untuk memastikan penyediaan kualitas layanan yang optimal. Untuk memastikan kepuasan konsumen, individu harus menjalani proses seleksi yang

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 202.

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 203.

ketat, menerima pelatihan yang komprehensif, dan termotivasi secara memadai. Individu-individu ini harus memiliki kualitas seperti perhatian, daya tanggap, inisiatif, kreativitas, kemampuan memecahkan masalah, kesabaran, dan ketulusan. Konsumen yang menerima layanan yang memuaskan lebih mungkin mengalami perasaan dilayani dengan baik, sehingga meningkatkan kemungkinan dukungan mereka di masa depan. Ada kemungkinan bahwa konsumen ini akan menunjukkan kecenderungan untuk membeli kembali produk kita. Individu berfungsi sebagai aktor yang mengemban peran tertentu dalam penyediaan layanan, sehingga memberikan pengaruh pada persepsi calon pembeli.<sup>15</sup>

f. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Menurut Bernard H. Booms dan Mary Jo Bitner dalam Ferry Effendi, menjelaskan bahwa *physical evidence* “merupakan bentuk fisik, berarti konsumen akan melihat keadaan nyata dan benda-benda yang menghasilkan jasa tersebut”.

Keberadaan fasilitas fisik merupakan faktor penting yang secara langsung berdampak pada proses pengambilan keputusan konsumen terkait pembelian dan pemanfaatan produk yang tersedia.

Rangkaian produk yang ditawarkan mencakup berbagai elemen yang tergabung dalam fasilitas fisik. Fasilitas fisik ini terdiri dari lingkungan fisik, seperti struktur, peralatan, logo, warna, dan

---

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 204.

komponen berwujud lainnya yang terintegrasi dengan layanan yang diberikan. Sederhananya, ketika sebuah produk memiliki fasilitas fisik yang menarik secara visual atau memiliki kualitas yang berbeda, produk tersebut memiliki kemampuan untuk menarik konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Sebagai contoh, ketupat digunakan sebagai elemen dekoratif saat perayaan Idul Fitri, sementara pohon cemara digunakan sebagai ornamen dekoratif untuk memperingati datangnya hari raya Natal.

g. *Process* (Proses)

Proses ini terjadi karena bantuan yang diberikan oleh petugas dan tim manajemen, yang secara efektif mengkoordinasikan semua operasi untuk memastikan pelaksanaan yang mulus. Sebagai contoh, penyediaan layanan oleh bank mencakup berbagai aktivitas seperti layanan transfer, tugas administratif, dan fungsi terkait lainnya.<sup>16</sup>

### **C. Peningkatan Pembiayaan**

Peningkatan dalam kamus besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai proses, cara meningkatkan suatu usaha untuk mengagkat suat hal dari semula memiliki posisi yang rendah menuju posisi yang lebih tinggi. Secara umum peningkatan merupakan upaya untuk menambahkan derajat, tingkat kualitas maupun kuantitas. Kuantitas adalah jumlah-jumlah hasil dari sebuah proses atau dengan tujuan peningkatan. Sedangkan kualitas menggambarkan nilai

---

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 205.

dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan berupa peningkatan. Hasil dari suatu peningkatan juga ditandai dengan tercapainya tujuan pada suatu titik tertentu. Dalam penelitian ini adaah meningkatkan pembiayaan produk Griya Madani.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Yandry Pagapong, Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janah Ilir Samariinda Seberang, *Journal Ilmu Pemeriah*, 2015, 3.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dengan tujuan mengamati dan berpartisipasi secara langsung terhadap kehidupan sosial masyarakat. Penelitian lapangan (*field research*) merupakan penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian.<sup>1</sup>

Penelitian lapangan ini dilakukan secara langsung di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, dengan melakukan wawancara dengan pihak yang berkepentingan guna menggali data yang diperlukan.

##### **2. Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisa dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.<sup>2</sup> Tujuan dari metode penelitian deskriptif yaitu menggambarkan secara sistematis dan akurat, fakta dan karakteristik mengenai sampel dan populasi mengenai persoalan tertentu, data yang dikumpulkan semata-

---

<sup>1</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), h. 26.

<sup>2</sup> Jamilah, *Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*, (Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2021), h. 66.

mata bersifat deskriptif dan tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi maupun mempelajari implikasi.<sup>3</sup>

Jadi penelitian yang dimaksud yaitu penelitian memberikan penjelasan tentang analisis strategi pemasaran produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang.

### **3. Lokasi penelitian**

BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang yang berlokasi di Jl. Lintas Timur Unit II, Desa Banjar Agung, Kec. Jati Agung.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data diperoleh.<sup>4</sup> Sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian adalah sumberdata primer dan sekunder:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang langsung di kumpulkan oleh peneliti dari tangan pertama.<sup>5</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan:

- a. Kepala cabang BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang,
- b. Marketing BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang,
- c. Nasabah Pembiyan Griya Madani

---

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 67.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017), h. 244.

<sup>5</sup> *Ibid*, h. 245.

## 2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada.<sup>6</sup> Sumber data sekunder yang diperoleh peneliti berasal dari jumlah nasabah dan jumlah pembiayaan serta brosur pembiayaan.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan metode wawancara dan dokumentasi.

#### 1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk komunikasi antara pewawancara dengan responden guna mengumpulkan informasi. Pelaksanaan wawancara dilakukan secara langsung kepada responden yang dituju atau dapat memberikan pertanyaan yang harus dijawab.<sup>7</sup>

Wawancara yang dilakukan penelitian ini dilakukan dengan karyawan di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang bawang dan Nasabah produk Griya Madani.

---

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 245.

<sup>7</sup> Jamilah, *Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa...*, h. 71.

## 2. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara dokumentasi dapat dilakukan dengan cara mencatat peristiwa yang ada. Dokumentasi sebagai pengumpulan data berupa tulisan, gambar, jurnal dan sebagainya.<sup>8</sup>

Dengan metode ini peneliti mendapatkan data yang meliputi, letak geografis, struktur organisasi, serta bahasan strategi pemasaran produk bank syariah dari buku-buku, artikel, dan sumber data lainnya.

## D. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data. Triangulasi data dapat diartikan sebagai teknik pengecekan dari berbagai sumber dengan berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data seperti hasil wawancara, arsip ataupun dokumen lainnya.<sup>9</sup>

### 2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang

---

<sup>8</sup> Albi Anggota, Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV. Jejak, 2018), h. 153.

<sup>9</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*, h. 330.

berbeda. Misal data diperoleh dengan wawancara, kemudian dicek dengan dokumentasi.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang diperoleh dengan teknik dipagi hari pada saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih valid. Untuk itu pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengecekan dengan wawancara dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.<sup>10</sup>

Berdasarkan triangulasi diatas maka dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Peneliti menggunakan triangulasi ini karena peneliti memperoleh data dengan cara mengecek data pada BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang yang diperoleh dari beberapa sumber yaitu kepala cabang, *marketing* dan nasabah produk griya madani.

---

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 331.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah BPRS Metro Madani**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani (BPRS Metro Madani) merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dalam hukum UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998 dan terakhir UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. PT. BPRS Metro Madani mulai beroperasi pada tanggal 20 september 2005, didirikan berdasarkan Akta Anggaran Dasar Notaris Hermazulia, SH, di Bandar Lampung No. 1 tanggal 3 Maret 2005 yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) Nomor C-16872 HT.01.01.TH.2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia Nomor 7/54/KEP.GBI/2005 tanggal 8 September 2005.<sup>1</sup>

Saat ini PT. BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang dan 1 (satu) Kantor Layanan Kas. Cabang pertama di Unit 2 Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008. Cabang kedua di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 1 November 2009. Cabang ketiga di Daya Asri Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak 23 Juli 2012. Cabang keempat di Jatimulyo Kabupaten Lampung Selatan

---

<sup>1</sup> <https://banksyariahmetromadani.co.id/>, diakses pada tanggal 11 November 2023

sejak 26 Agustus 2013. Kantor Layanan Kas di RSUD Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012.<sup>2</sup>

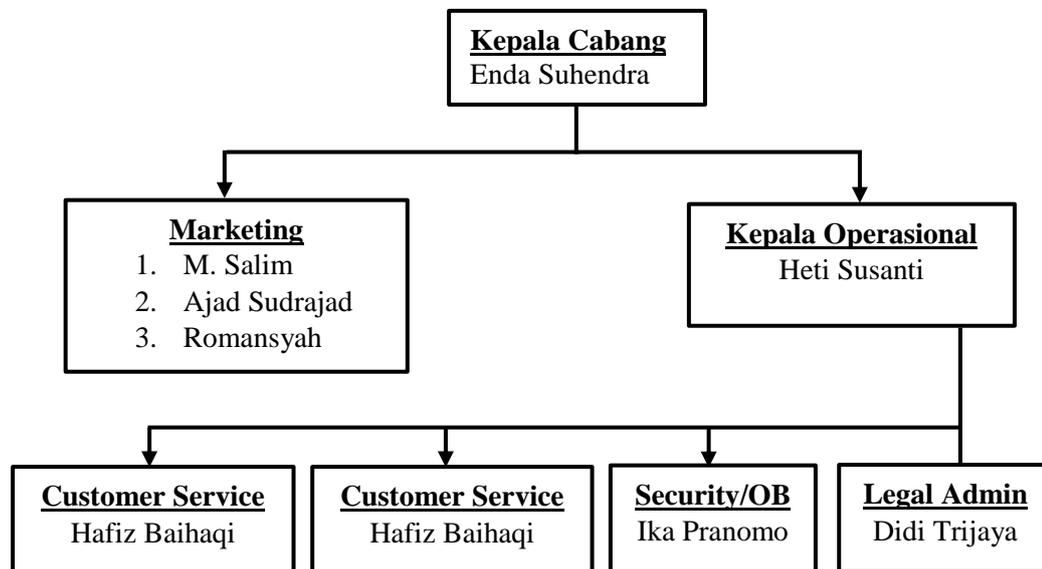
## 2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani

Visi: “Terwujudnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Yang Berkemajuan, Bermatahat Dan Membawa Kemaslahatan Umat.”

Misi: “Menjalankan usaha perbankan sesuai dengan syariah Islam yang sehat dan terpercaya dan memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada nasabah, *share holder* dan karyawan.”<sup>3</sup>

## 3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani

**Gambar 4.1.**  
**Struktur Organisasi BPRS Metro Madani KC Unit II Tuang Bawang<sup>4</sup>**



<sup>2</sup> <https://banksyariahmetromadani.co.id/>, diakses pada tanggal 11 November 2023

<sup>3</sup> <https://banksyariahmetromadani.co.id/>, diakses pada tanggal 11 November 2023

<sup>4</sup> Dokumentasi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani KC Unit II Tulang Bawang dikutip pada tanggal 20 November 2023

## **B. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Giya Madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang**

Pada dasarnya, setiap upaya yang dilakukan untuk menjual produk dianggap sebagai sarana nyata untuk mencapai tujuan meningkatkan pendapatan perusahaan. Salah satu upaya yang harus dilakukan perusahaan dalam menjalankan rencana pemasaran adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang untuk mempermudah BPRS dalam memasarkan produk yang dimiliki dalam mencapai target, BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang dalam pemasarannya menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Berdasarkan wawancara dengan bapak Ajad Sudrajat selaku marketing BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, strategi pemasaran yang ditetapkan dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu:

### **1. *Product* (produk)**

Produk mencakup barang berwujud atau tidak berwujud biasa disebut dengan jasa yang tersedia dipasar untuk tujuan diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Pada BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang menawarkan berbagai produk pembiayaan, termasuk produk griya madani.

Griya Madani adalah pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*) dimana pembayaran dilakukan secara angsuran dengan jumlah angsuran yang sudah ditetapkan dimuka.

Berbagai keperluan yang dapat dipenuhi melalui produk Griya Madani adalah berupa tanah siap bangun, kepemilikan rumah, pembangunan rumah, renovasi rumah lama dan melanjutkan pembangunan rumah.

### **Fitur**

- a. Plafond Pembiayaan
  - 1) Minimal Rp. 5.000.000.
  - 2) Maksimal Rp. 500.000.000.
- b. Bank *Finance* (pembiayaan bank) hingga 100%
- c. Jangka Waktu
  - 1) Minimal 12 bulan.
  - 2) Maksimal 15 tahun.

### **Syarat dan Ketentuan**

- b. Fotocopy KTP suami dan istri (bagi yang sudah menikah)
- c. Pas foto 4\*6 suami istri
- d. Fotocopy kartu keluarga
- e. Fotocopy buku nikah
- f. Jaminan atau agunan (sertifika SHM atas nama sendiri)
- g. PBB terbaru (agunan serifikat)

- h. Surat keterangan usaha (bagi yang memiliki usaha)
- i. Surat keterangan kerja/sk dan slip gaji 3 bulan berakhir (bagi karyawan atau ASN)

## 2. *Price (harga)*

Harga menunjukkan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Harga terhadap produk serta jasa pada bank syariah dalam bentuk margin, bagi hasil, uang jasa atau *ujrah* yang digunakan untuk pembiayaan, penghimpunan dana dan penyediaan jasa.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Ajad Sudrajat selaku *marketing* di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, dalam strategi harga BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang menetapkan margin pada produk griya madani sebesar 0,83% perbulan atau sekitar 1,0% dalam setahun. Dengan minimal pembiayaan sebesar Rp. 5.000.000 dan maksimal pembiayaan sebesar Rp. 500.000.000.

Dalam strategi harga pada produk griya madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang margin yang ditetapkan oleh pihak bank tidak terlalu tinggi. Peranan penetapan harga memainkan fungsi yang penting terutama pada persaingan yang semakin ketat di antar bank-bank, dengan menetapkan margin yang tidak terlalu besar sehingga hal tersebut dapat menjadi pilihan yang menarik bagi masyarakat.

Pada produk griya madani margin yang ditawarkan oleh pihak BPRS Metro Madani sebesar 1,0% pertahun, sedangkan pada bank konvensional

BCA untuk bunga pada produk KPR yaitu sebesar 3,76% pertahun, selain itu pada bank BNI untuk bunga pada produk KPR yaitu sebesar 4,5% pertahun. Hal ini menjadi daya tarik bagi nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan griya madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang.

### **3. *Place (tempat)***

*Place* atau tempat merupakan media yang digunakan untuk menyalurkan atau mendistribusikan produk agar sampai kepada konsumen. Misalnya, individu yang secara langsung menjual barang kepada pelanggan sering kali menyebut distributor ini sebagai titik penjualan, yang menunjukkan saluran distribusi di mana produk atau layanan dapat diakses oleh konsumen.

BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang mempromosikan produk dan jasanya dengan memanfaatkan lokasi kantor yang strategis. Lokasi kantor BPRS Metro Madani Kc merupakan faktor kunci dalam mendukung upaya pemasarannya. Kantor BPRS Metro Madani Kc Unit II Tulang Bawang berlokasi di seberang jalan raya sehingga mudah dikenali. Lokasinya dekat dengan pasar, serta lingkungan yang baik dan akses yang mudah dijangkau oleh kendaraan umum maupun pribadi.

Kantor BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang terletak di lokasi yang strategis, sehingga memudahkan pemasaran produk dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi untuk memenuhi kebutuhannya. Penempatan lokasi yang strategis dapat memberikan pengaruh yang

signifikan terhadap individu, menarik mereka untuk melakukan pembelian atau transaksi. Strategi tempat yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang adalah dengan memilih lokasi yang mudah dijangkau dan ramai.

Selain lokasi kantor, pihak BPRS BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang perlu menentukan lokasi pendistribusian produk. Untuk lokasi pendistribusian produk mencakup Tulang Bawang Bawat yang masih berada disekitar unit, Tulang Bawang serta Mesuji.

#### **4. *Promotion* (promosi)**

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang digunakan untuk mengarahkan atau mempengaruhi seseorang atau organisasi untuk menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ajad Sudrajad, bagian *marketing* BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, metode utama yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya adalah *personal selling*. Karyawan menggunakan brosur untuk mengiklankan kepada masyarakat umum. Melalui *personal selling*, bank dapat secara efektif mempromosikan produk, membujuk calon konsumen, dan menanamkan keyakinan akan keunggulan yang ditawarkan.

Selain itu pihak BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang melakukan promosi melalui publisitas yaitu dengan menghadiri acara yang ada di desa, dengan membuka stan promosi atau dengan menyponsori acara. Selain itu BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang menggunakan

media sosial untuk melakukan kegiatan promosi dan promosi yang dilakukan oleh karyawan adalah dengan mempromosikan produk di media sosial milik karyawan seperti facebook dan whatsapp.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Ajad Sudrajat pihak marketing di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, kegiatan periklanan seperti pemasangan banner belum sepenuhnya dilakukan oleh pihak bprs, dikarenakan banner hanya dipasang di depan kantor dan belum dipasang di tempat-tempat yang ramai. Sedangkan untuk brosur pembiayaan diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke kantor serta calon nasabah yang didatangi langsung oleh pihak bank.

##### **5. *People (orang)***

People merupakan unsur manusia atau orang yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Dalam hal ini unsur pimpinan yang mengambil keputusan dan unsur karyawan yang melayani nasabah atau konsumen.

Pada BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, marketing memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah yaitu dengan menyediakan pelayanan yang ramah kepada nasabah serta dapat memberikan pemahaman kepada calon nasabah dan nasabah, sehingga nasabah dan calon nasabah merasa nyaman menggunakan produk yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang.

Adapun pelatihan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang yang bertujuan agar memiliki karyawan yang

berkualitas. Pelatihan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang bermacam-macam seperti pelatihan perbankan syariah bagi seluruh karyawan, adapun pelatihan perjenjang yang dilakukan dua kali dalam satu tahun, adapun pelatihan khusus seperti pelatihan marketing, legal admin, akuntan, kemudian ada pelatihan profesi yang dilakukan selama tiga hari.

Dengan memiliki karyawan yang berkualitas maka konsumen akan menerima pelayanan yang memuaskan, sehingga dapat memberikan pengaruh kepada konsumen. Hal ini dapat meningkatkan kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian berulang atas barang yang diberikan.

#### **6. *Physical Evidence* (bukti fisik)**

Physical evidence merupakan bukti fisik yang dimiliki oleh sebuah perusahaan berupa logo, simbol, dan fasilitas. Berdasarkan survey yang peneliti lakukan bahwasannya BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang mendesain kantor senyaman mungkin dengan dilengkapi fasilitas-fasilitas yang mendukung kenyamanan bagi nasabah.

Adapun physical evidence atau bukti fisik yang dimiliki dapat menjadi nilai tambah tersendiri bagi nasabah. Pada BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang memiliki bukti nyata akan pelayanan yang nyaman dengan adanya fasilitas seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan AC serta kursi yang tersusun rapih sehingga nasabah yang menunggu merasa nyaman.

## 7. *Process (proses)*

Process merupakan bagaimana proses yang dilakukan oleh pihak bank sampai pembiayaan yang diminta oleh nasabah diterima dengan memuaskan.

Prosedur pengajuan pembiayaan Griya Madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang diuraikan sebagai berikut:

### a) Pengajuan Pembiayaan

Pengajuan pembiayaa sebagai tahap awal dari prosedur pembiayaan, nasabah mendatangi BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang kemudian menghadap *account officer* atau ke bagian *customer service* untuk mengajukan pembiayaan. Nasabah diawal hanya perlu membawa fotocopy KTP, KK, buku nikah, dan sertifikat jaminan dan mengisi formulir permohonan pembiayaan.

### b) Pemberkasan

Pemberkasan merupakan tahapan kedua prosedur pembiayaa yaitu nasabah melengkapai berkas persyaratan lainnya yang diperlukan

### c) Survei dan Analisa Data

Survey merupakan tahapan ketiga prosedur pembiayaan, pihak *account officer* melakukan survey terkait karakter, kondisi usaha, keadaan jaminan serta mencocokkan data pada formulir permohonan pembiayaan dengan kondisi yang sebenarnya. Selanjutnya setelah survei *account officer* melakukan analisis data terkait dengan 5C untuk

menjadi pertimbangan nasabah tersebut apakah layak mendapatkan pembiayaan atau tidak.

Selain survey terhadap karakter, kondisi usaha, keadaan jaminan pihak *account officer* juga akan melakukan survey terhadap lokasi yang akan dilakukan pembangunan rumah maupun renovasi.

d) Penyusunan Proposal Pembiayaan

Tahapan selanjutnya yaitu *account officer* melakukan penyusunan proposal pembiayaan dengan melampirkan analisa singkat tentang pengajuan pembiayaan nasabah yang dikatakan layak untuk diteruskan ke komite pembiayaan.

e) Persetujuan Komite Pembiayaan

Persetujuan komite pembiayaan merupakan tahapan selanjutnya dari prosedur pembiayaan, dimana komite pembiayaan yang terdiri dari dewan direksi, kepala cabang, *account officer* dan legal admin. Pada tahap ini dilakukan rapat persetujuan komite pembiayaan atas persyaratan dan analisa data yang dilakukan *account officer* serta legal admin membantu memeriksa keabsahan persyaratan termasuk jaminan nasabah. Komite pembiayaan bertugas mengevaluasi atas pengajuan pembiayaan yang diajukan nasabah akan disetujui atau ditolak. Persetujuan tersebut dengan ketentuan:

- 1) Nominal pembiayaan sampai dengan Rp. 25.000.000 cukup mendapatkan persetujuan atas wewenang kepala cabang untuk

memutuskan pengajuan pembiayaan nasabah tersebut disetujui atau ditolak.

- 2) Nominal pembiayaan lebih dari Rp. 25.000.000 persetujuan dilakukan atas wewenang dewan direksi yaitu direktur utama kantor pusat untuk memutuskan pengajuan pembiayaan nasabah tersebut disetujui atau ditolak.

f) Legal akad realisasi pembiayaan

Pembiayaan yang telah mendapatkan persetujuan komite pembiayaan, langkah selanjutnya yaitu mempersiapkan akad. *Account officer* menghubungi nasabah untuk menyampaikan waktu pelaksanaan akad. Legal akad realisasi dilakukan Antara pihak bank dengan nasabah untuk melakukan pengikatan jaminan dan menandatangani akad yang telah disediakan. Kemudian pihak bank akan melakukan pembelian barang yang diajukan oleh nasabah atau bank akan memberikan uang tunai maupun mentranfer ke rekening nasabah untuk pembelian barang disertai bukti kwitansi atau nota pembelian barang yang harus sesuai dengan akad diawal.

Setelah seluruh proses dari pengajuan sampai pencairan selesai pihak BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang akan memberikan pengawasan berkala selama proses pembangunan rumah maupun renovasi rumah.

Dari uraian diatas dapat dilihat jika ingin melakukan pembiayaan nasabah harus mendatangi kantor untuk proses pengajuan pembiayaan.

BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang mungkin harus mengembangkan sebuah aplikasi yang dapat mempermudah nasabah dalam proses pengajuan pembiayaan.

Selain melakukan wawancara dengan marketing BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang peneliti juga melakukan wawancara terhadap kepala cabang. Untuk target masing-masing marketing secara akumulasi minimal dapat Rp. 300.000.000 perbulan, jika tidak mencapai target maka akan mempengaruhi kinerja karyawan kemudian jika kinerja karyawan terus mengalami penurunan maka akan mendapat sanksi langsung dari kantor pusat. Sedangkan untuk mendapat reward maka outanding harus mengalami pertumbuhan Rp. 200.000.000.

Selain melakukan wawancara dengan pihak bank, peneliti juga melakukan wawancara dengan nasabah pembiayaan produk griya madani berdasarkan wawancara dengan ibu Linda selaku nasabah griya madani sejak tahun 2020. Ibu Linda mengetahui produk griya madani dari kerabat yang sebelumnya juga menjadi nasabah griya madani. Alasan ibu Indah menjadi nasabah griya madani yaitu prosesnya cepat dan mudah, selain itu lama angsuran dapat disepakati diawal sehingga tidak memberatkan ibu indah sebagai nasabah. Peran dan kinerja pihak marketing BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang dalam mempromsikan dan membina selama ibu indah

menjadi nasabah sudah sangat ramah, memberikan penjelasan mengenai produk hingga proses angsuran dijelaskan secara detail.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Wanda selaku nasabah griya madani. Ibu Wanda merupakan nasabah yang sebelumnya sudah pernah menjadi nasabah, alasan ibu wanda menjadi nasabah griya madani yaitu dikarenakan prosesnya mudah dan cepat serta sebelumnya sudah pernah menjadi nasabah pembiayaan dengan akad yang sama yaitu murabahah jadi ibu wanda tidak merasa bingung. Pihak marketing memberikan penjelasan dengan baik terkait produk griya madani.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Rusnawati selaku nasabah griya madani sejak tahun 2020. Alasan ibu rusnawati menjadi nasabah griya madani yaitu lama angsuran dapat disepakati diawal, serta prosesnya yang cepat. Selain itu pihak marketing memberikan penjelasan mengenai produk giya madani hingga proses angsurannya, sehingga memudahkan ibu rusnawati yang sebelumnya belum pernah menjadi nasabah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa dalam strategi pemasaran produk griya madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang menggunakan strategi pemasaran bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang sudah baik, namun pada strategi promosi perlu dioptimalkan kembali. Hal tersebut bertujuan agar informasi terkait produk griya madani tersampaikan dengan baik kepada setiap nasabah dan calon nasabah. Hal tersebut sangat berpengaruh pada peningkatan nasabah dan juga pembiayaan produk griya madani di BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang.

#### **B. Saran**

Strategi pemasaran produk Griya Madani yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang sudah efektif, namun perlu lebih difokuskan pada optimalisasi kegiatan promosi. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan upaya sosialisasi dan aktif melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Dengan demikian, calon konsumen akan lebih mudah mengakses informasi mengenai produk Griya Madani.

Selain itu, BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang dapat memasang spanduk secara strategis di daerah-daerah yang ramai lalu lintasnya, sehingga memudahkan aksesibilitas informasi mengenai produk-produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, serta menonjolkan manfaat dan keunggulan produk tersebut kepada calon nasabah maupun nasabah yang sudah ada.

Selain itu, sangat penting untuk memiliki sebuah aplikasi yang memudahkan calon konsumen atau nasabah dalam memperoleh informasi terkait dengan berbagai solusi pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit II Tulang Bawang, serta mengefektifkan prosedur pengajuan pembiayaan bagi nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andri Okta Yanti. ”Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Study Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Merelan Raya)”. Jurnal Feb, Vol2 No1 2020.
- Anggota Albi, Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Assauri Sofian. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, Dan Strategi)*. Jakarta: Raja Grafindk Persada, 2014.
- Astuti Miguna, Agni Rizkita Amanda. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Dee publish, 2020.
- Gunawan. *Manajemen Pemasaran Lanjutan*. Bogor: Percetakan IPB, 2016.
- Haque Grace Fawzi, et al., *Manajemen Pemasaran Konsep, Teori, Implementasi*. Banten: Pascal Books, 2021.
- J Moleong Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- Jamilah. *Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media, 2021.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Nopriansyah Walidi. *Pendekatan Akad Murabahah di Perbankan Syariah Secara Normati*. Palembang: Islamic Banking, Vol 2 Nomor 2, 2017.
- Prasetya Ary, Susianto. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan”. Jurnal FEB Vol 1, No 1 2020.
- Riyaldi Rama. Havis Aravik, Choirunnisak. ”Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Indonesia (Study Kasus Bank Syariah Mandiri Kc Simpang Patal Palembang)”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Dan Bisnis Syariah (Stebis) Indo Global Mandiri, Vol 2 No 2 September 2022.
- Saadah Siti, Meti Pramita, Hj Alfiati Kurniasih,. “Strategi Pemasaran Pembiayaan Akad Mudharabah Pada LKMS (BPRS Al Salaam Kc.Cibinong)”. Jurnal Perbankan Syariah: Nisbah Vol. 6 No. 2 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.

Soemitra Andi, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2018.

Waldi Nopriansyah. *Pendekatan Akad Murabahah di Perbankan Syariah Secara Normati*. Palembang: Islamic Banking, vol 2 nomor 2 february 2017.

Yandry Pagapong. Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor Kelurahan Harapan Baru Kecamatan Loa Janah Ilir Samariinda Seberang. *Journal Ilmu Pemeriah*, 2015.

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Nomor : B-2961/In.28.1/J/TL.00/10/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Northa Idaman (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **MEGA PURNAMA SARI**  
NPM : 1903020027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 06 Oktober 2023

Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**

NIP 19920829 201903 1 007

## **ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

### **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG**

#### **A. Pedoman Wawancara**

1. Wawancara Kepada Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang
  - a. Apa strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit 2 Tulang Bawang?
  - b. Apa yang akan dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit 2 Tulang Bawang jika maketing tidak mencapai target pembiayaan?
  - c. Apa yang akan dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kc. Unit 2 Tulang Bawang jika maketing mencapai target pembiayaan?
2. Wawancara Kepada Marketing BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang
  - a. Bagaimana strategi pemasara terkait pada produk pembiayaan griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - b. Bagaimana cara menentukan harga pada produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - c. Dimana tempat atau lokasi pemasaran produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - d. Bagaimana cara promosi produk griya madani dilakukan di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - e. Bagaimana strategi pemasaran terkait orang atau SDM pada produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - f. Bagaimana strategi pemasaran terkait tampilan pada produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
  - g. Bagaimana proses pembiayaan produk griya madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang?
3. Wawancara denga nasabah BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang
  - a. Sejak kapan anda menjadi nasabah di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang
  - b. Dari siapa anda mengetahui produk griya madani?
  - c. Apa yang membuat anda tertarik dengan produk griya madani?

- d. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang kepada anda?

**B. Dokumentasi**

1. Sejarah, visi dan misi BPRS Metro Madani
2. Struktur organisasi BPRS Metro Madani

Dosen Pembimbing



**Northa Idaman, M.M**  
NIP. 198408202019031005

Metro, November 2023  
Mahasiswa Ybs,



**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



**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-4653/In.28/J/TL.01/12/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
PIMPINAN BPRS METRO MADANI  
KC UNIT II TULANG BAWANG  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **MEGA PURNAMA SARI**  
NPM : 1903020027  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **PELAKSANAAN ANALISIS KELAYAKAN NASABAH DALAM  
PEMBIAYAAN AKAD MURABAHAH PADA PRODUK GRIYA  
MADANI PADA BPRS METRO MADANI KC. UNIT II  
TULANG BAWANG**

untuk melakukan prasurvey di BPRS METRO MADANI KC UNIT II TULANG BAWANG, 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, 23 Desember 2022  
Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**  
NIP 19920829 201903 1 007



**BANK SYARIAH  
METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



Tulang Bawang, 24 Jumadil Akhir 1444 H  
17 Januari 2023 M

Nomor : 002/04/BPRSMM-TUBA/I/2023  
Lamp. : -  
Perihal : **Konfirmasi Permohonan Izin Pra-Survey**

Kepada Yth,  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo  
Kota Metro

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Teriring salam dan doa, semoga Saudara beserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, Sahabat, Keluarga serta Ummat-Nya.

Memperhatikan surat saudara dengan nomor : B-4653/In.28/J/TL.01/12/2022 tanggal 23 Desember 2022 perihal "Izin Pra-Survey" dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa dengan judul "**Pelaksanaan Analisis Kelayakan Nasabah Dalam Pembiayaan Akad Murabahah Pada Produk Griya Madani Pada PT. BPRS Metro Madani Cabang Unit2 Tulang Bawang**" pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani Cabang Tulang Bawang tidak keberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan Pra-survey di PT. BPR Syariah Metro Madani kepada :

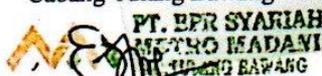
No	Nama	L/P	NPM	Jurusan
1	MEGA PURNAMA SARI	P	1903020027	S1 Perbankan Syariah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan penelitian, agar dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan. Setelah selesai penelitian, ybs agar menyampaikan *copy* laporan 1 (satu) buku kepada PT. BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang.

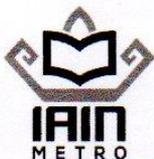
Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Cabang Tulang Bawang



**Enda Suhendra**  
Kepala Cabang



**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-3295/In.28/D.1/TL.00/11/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA CABANG BPRS METRO  
MADANI KC. UNIT II TULANG  
BAWANG  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3296/In.28/D.1/TL.01/11/2023, tanggal 13 November 2023 atas nama saudara:

Nama : **MEGA PURNAMA SARI**  
NPM : 1903020027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA CABANG BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 13 November 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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

*Metro, 05 Jumadil Awal 1445 H*  
18 November 2023M

Nomor : 321/02/Dir-MM/V/2023  
Lampiran :-

Kepada Yth,  
**Institut Agama Islam Negeri Metro**  
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo  
Kota Metro

Perihal : **Konfirmasi Permohonan Izin Research**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Teriring salam dan doa, semoga Saudara beserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan Allah SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta umatnya.

Memperhatikan surat saudara dengan nomor: B-1528/In.28/D.1/TL.00/05/2023 tanggal 22 Mei 2023 perihal "Izin Research" dalam rangka penulisan skripsi mahasiswa dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Griya Madani di BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang" pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro madani tidak keberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan research di PT BPR Syariah Metro Madani kepada:

No	Nama	L/P	NPM	Jurusan
1	Mega Purnama Sari	P	1903020027	S1 Perbankan Syariah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan penelitian, agar dapat mematuhi tata tertip/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan. Setelah selesai penelitian, ybs menyampaikan *copy* laporan 1 (satu) buku kepada PT. BPRS Metro Madani.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Kantor Pusat Metro

  
**Rita Mailinda**  
Direktur



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

## **SURAT TUGAS**

Nomor: B-3296/In.28/D.1/TL.01/11/2023

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

Nama : **MEGA PURNAMA SARI**  
NPM : 1903020027  
Semester : 9 (Sembilan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC. UNIT II TULANG BAWANG".
  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 : 13 November 2023

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



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

---

### **SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Mega Purnama Sari  
NPM : 1903020027  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN TARGET PEMBIAYAAN PRODUK GRIYA MADANI DI BPRS METRO MADANI KC.UNIT II TULANG BAWANG** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 Desember 2023  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**  
NIP.199208292019031007



**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-1358/In.28/S/U.1/OT.01/12/2023**

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

Nama : MEGA PURNAMA SARI  
NPM : 1903020027  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903020027

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, 05 Desember 2023  
Kepala Perpustakaan

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



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari      Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027      Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
i.	16 Januari 2023	Pra survey masalah penelitian	

Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027

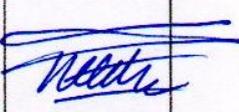


**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                              Semester / T A                      : VIII / 2023

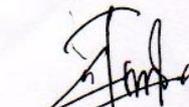
No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jumat 10/03/23	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perdalam lagi prasuvey untuk data target.</li><li>2. Cari alternatif permasalahan lain apabila data poin (1) tidak memenuhi</li><li>3. Menghadap lagi paling lambat Jumat, 17 Maret 2023</li></ol>	

Dosen Pembimbing



**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,



**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                                  Semester / T A                        : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jumat, 17/03/ 2023	Berdasarkan Prasurvey. 1) Jumlah nasabah baru tidak memenuhi target di tahun 2020 - 2021 ✓ 2) Total outstanding tidak realisasi memenuhi target akan tidak. ? ✓ (cek) ↳ rekomendasi jndn Analisis Strategi Pemasaran Produk Griya Madani di BPRS Mero Madani Cabang Vart II 3) Cek produk sudah berapa lama?	

Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027

kalo misalnya produk  
relatif baru ~  
4) Bimbingan kembali  
Selasa, 21 - Maret 2023



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                                  Semester / T A                        : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	21/2023 Maret Selasa	1) Tidak tercapainya target nasabah baru 2) Realisasi tidak mencapai target 3) Pergantian Judul Analisis Strategi Pemasaran Produk Griya Madani di BPRS Metro Madani Cabang Unit II	

Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                                  Semester / T A                        : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	3-08-2023	1. LBM terkait dengan tabel mohon diperbaiki 2. Metode di bab 3. Narsum dari marketing dibambahkan 3. Panduan wawancara <del>sis</del> diperbaiki sesuai dengan Landasan Teori FP	

Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027

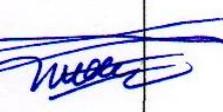


**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                              Semester / T A                      : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa, 18-7-2023	1) Perbaiki nmik LBM. Pisahkan data nasabah bank dan piknhr target pembayar 2) Teori fokuskom kepada stmpgi pormatn 7P Sagan. 3) Tambahkan narasumber pakar ahli di bab III. 4) Buat panduan wawancara 5) ACC nmik Sumpo.	

Dosen Pembimbing



**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,



**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Mega Purnama Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903020027

Semester/TA : IX/20223

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 6 November 2023	1. Masukkan kembali marketing mix 7P di landasan teori 2. Lengkapi APD dengan elemen2 7P 3. Bimbingan kembali Rabu 8 November 2023 pukul 09.00	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Northa Idaman, M.M.**

NIP. 198408202019031005

**Mega Purnama Sari**

NPM. 1903020027



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Mega Purnama Sari

Fakultas/Jurusan : FEBI/PBS

NPM : 1903020027

Semester/TA : IX/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 08 November 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perdalam teori tentang bauran pemasaran</li><li>2. ACC APD</li><li>3. Silahkan turun lapang segera</li><li>4. Langsung susun skripsi sampai dengan bab 5</li><li>5. Menghadap paling lambat tanggal 28 November 2023</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

**Northa Idaman, M.M.**  
NIP. 198408202019031005

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mega Purnama Sari                      Jurusan/Fakultas                      : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027                                  Semester / T A                         : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	29-11- 2023	1) Produk Origen Mandani. masuk dalam bagian produk (dipindah dari bab 2 ke 4) 2) Tambahkan pembahasan supaya lebih mendalam dan mendetail 3) Contoh : 1) produk wanita 2) Feroz Kayon 4) Biml kumbok, senin 29.11.2023	

Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027



**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](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id), website: [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Mega Purnama Sari      Jurusan/Fakultas : S1 PBS / FEBI  
NPM : 1903020027      Semester / T A : IX / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Senin, 4 Des 2023	1) AAC untuk Munasosyus Online. Pilih tanggal 11 - 15 Des 2023 cara : Senin, tgl 11 - o hanya bisa siang	

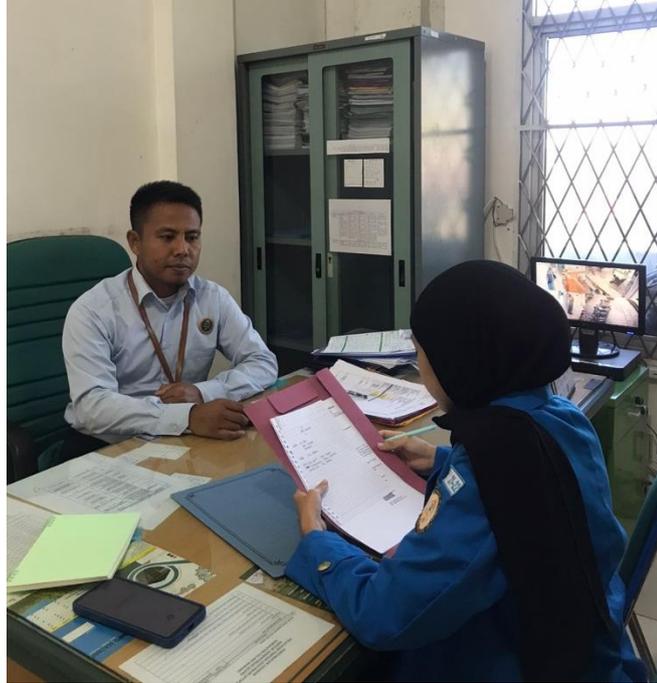
Dosen Pembimbing

**Northa Idaman, M.M**  
NIP.198408202019031005

Mahasiswa Ybs,

**Mega Purnama Sari**  
NPM. 1903020027

## **DOKUMENTASI**



**Wawancara dengan Kepala Cabang BPRS Metro Madani  
KC. Unit II Tulang Bawang**



**Wawancara dengan Marketing BPRS Metro Madani  
KC. Unit II Tulang Bawang**



Kantor BPRS Metro Madani KC. Unit II Tulang Bawang

**BANK SYARIAH METRO MADANI**  
PT. BPRS Syariah Metro Madani

## Griya Madani

### Sekarang Saatnya Punya Rumah

Dapatkan Margin setara dengan 0,83%  
(Periode Bulan Inklusi Keuangan s/d Oktober 2023)

**15** CICILAN HINGGA TH

**Promo Bulan Inklusi Keuangan**  
MARGIN SETARA **0,83%** PERBULAN

- Pembelian Rumah
- Pembelian Tanah Kavling
- Pembangunan /Renovasi Rumah
- Pembangunan Pagar
- Pembuatan Sertifikat
- Pembuatan Sanitasi

**Pusat Informasi:**  
☎ 0725-44365 ☎ 0813-6644-2005  
🌐 bprsmetroadani 📍 Bank Syariah Metro Madani  
🌐 www.banksyariahmetroadani.co.id

\*PT. BPRS Syariah Metro Madani Insan & Bawani oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)  
\*PT. BPRS Syariah Metro Madani merupakan peserta penjaminan LPS

Brosur Pembiayaan Griya Madani



Wawancara dengan Nasabah Produk Griya Madani

## RIWAYAT HIDUP



Mega Purnama Sari dilahirkan di Metro pada tanggal 16 Juni 2001. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara pasangan Bapak Samingun dan Ibu Suparmi. Bertempat tinggal di Desa Mulyosari, Kecamatan Metro Barat, Kota Mero, Provinsi Lampung.

Pendidikan dasar peneliti tempuh di SD Negeri 1 Metro Barat selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 9 Metro selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Metro selesai pada tahun 2019. Setelah lulus peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) prodi Perbankan Syariah dimulai semester satu pada tahun 2019. Pada masa akhir studi peneliti memersempahkan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Target Pembiayaan Produk Griya Madani Kc. Unit II Tulang Bawang”.