

SKRIPSI

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH
DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT**

Oleh:

**Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/2023 M**

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH
DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT**

Diajukan Untuk Menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Perbankan Syariah dan
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052

Pembimbing Skripsi : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1445 H/ 2023 M**

HALAMAN NOTA DINAS

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

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri
Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

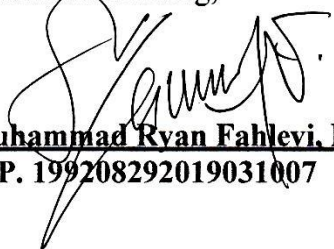
Nama : **Muhamad Hadi Saputra**
NPM : **1903021052**
Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis Islam**
Jurusan : **Perbankan Syariah**
Judul Skripsi : **Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah
Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah Di BPRS
Metro Madani KC Tulang Bawang Barat**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam untuk dimunaqsyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan
terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 06 Desember 2023
Dosen Pembimbing,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat**

Nama : **Muhamad Hadi Saputra**

NPM : **1903021052**

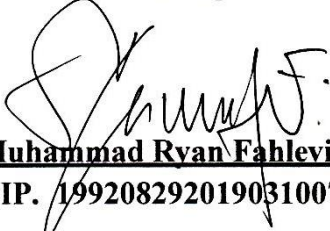
Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam ujian munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 06 Desember 2023
Dosen Pembimbing,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: D-1001 / ln. 28.9 / D / PP-00-9 / 12 / 2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT disusun oleh: Muhamad Hadi Saputra, NPM: 1903021052, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin, 18 Desember 2023

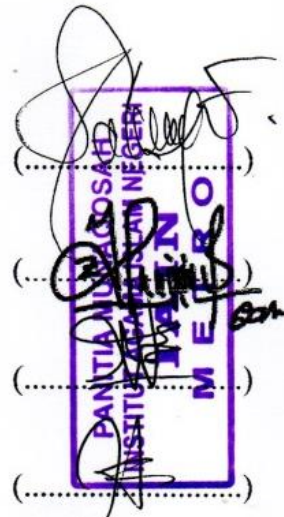
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

Penguji I : Zumaroh, M.E., Sy

Penguji II : Dliyaul Haq, M.E.I

Sekretaris : Hanna Hilyati Auliya, M.Si



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

Oleh :

Muhamad Hadi Saputra

NPM: 1903021052

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani KC Tulang Bawang Barat merupakan salah satu BPRS yang melakukan kegiatan penghimpunan dana berupa produk tabungan wadiah. Guna meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah, BPRS dalam hal ini menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan *marketing mix*.

Metode dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*) dan diperkaya dengan data kepustakaan. Sifat penelitian ini adalah *deskriptif* kualitatif analisis sumber data yaitu primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, data tersebut diolah dan dianalisis secara deskriptif menjelaskan data dengan kata-kata atau narasi.

Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa strategi pemasaran produk tabungan yang dilakukan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu menggunakan Segementasi, Targeting, dan Positioning. Selain itu, dalam memasarkan produknya diterapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu terdiri atas 7P yaitu strategi *product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik) dan strategi jemput bola.

Keyword: Strategi Marketing, Marketing Mix, Wadiah

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Muhamad Hadi Saputra**
NPM : **1903021052**
Jurusan : **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, 06 Desember 2023
Yang Menyatakan,



Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052

HALAMAN MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾ ﴿٥٨﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”

(Qs. An-Nisa' : 58)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta keridhoan-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Sebagai rasa hormat, cinta, dan terima kasih Ku persembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua Orang Tua ku yang saya sayangi, Bapak Mustakim dan Ibu Katiyem serta keluarga besar yang tiada henti memanjatkan doa, mendukung, memberikan semangat, dan menanti dengan kesabaran.
2. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Dosen Pembimbing, saya haturkan Terima Kasih telah membantu membimbing, memberikan kritikan maupun saran dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Pihak BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian disana.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan saya serta seseorang yang tak hentinya memotivasi dan memberikan semangat. Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.
5. Teman – Teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 19 khususnya.
6. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.
Serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam upaya menyelesaikan Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag PIA Rektor IAIN Metro. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag M.H. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, Muhammad Ryan Fahlevi, M.M. Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.

Saran dan masukan demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Semoga hasil penelitian yang akan dilakukan dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.

Metro, 21 Desember 2023
Peneliti



Muhamad Hadi Saputa
NPM. 1903021052

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian yang Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran Pada Produk Perbankan Syariah.....	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Konsep Strategi Pemasaran	16
3. Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Jasa	18
B. Produk <i>Al-Wadi'ah</i>	22
1. Pengertian Produk <i>Al-Wadi'ah</i>	22
2. Dasar Hukum Produk <i>Al – Wadiah</i>	22
3. Jenis – Jenis Produk <i>Al-Wadiah</i>	23
4. Produk Tabungan <i>Al-Wadiah</i>	24

5. Rukun dan Syarat <i>Al-Wadiah</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	26
B. Sumber Data.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	31
E. Teknik Analisa Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
1. Sejarah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.....	34
2. Struktur Kepengurusan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.....	36
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
C. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat.....	47
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Dana Tabungan di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat Tahun 2022	4
Tabel 1.2	Dana Tabungan Wadiah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat Tahun 2020 – 2022	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat	36
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Izin Research
4. Surat Balasan Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi Penelitian
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan yang berbasis syariah di Indonesia. Seperti pada saat ini disektor bisnis dibidang usaha salah satunya yaitu perbankan syariah. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya yang mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang di terima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan oleh nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat diperbankan syariah harus tunduk pada syariat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.¹

Undang-undang perbankan syariah no. 21 tahun 2008 menyatakan perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan usahanya.² Perkembangan bank-bank syariah saat ini mengalami kendala karena perbankan syariah hadir ditengah tengah perkembangan dan praktik praktik perbankan konvensional yang sudah mengakar dalam kehidupan secara luas. Kendala yang dihadapi oleh perbankan syariah. Tidak terlepas dari kendeala belum tersedianya sumber daya manusia secara memadai, pengetahuan masyarakat tentang operasional

¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta;Kencana,2011), hlm. 32.

² Ibid, hlm. 33

bank syariah masih sangat awam dan masih minimnya peraturan perundang undangan.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Salah satunya yaitu bank harus memberikan perhatian terhadap apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah yang menjadi sasaran melalui berbagai cara seperti melalui riset pemasaran. Tanpa riset pemasaran yang handal jangan harapkan bank dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya secara tepat. Bahkan, bukan tidak mungkin bank akan ketinggalan informasi dibandingkan bank pesaing.

Setiap bank yang ingin mencapai sasarannya harus mulai melakukan perencanaan pemasaran secara baik. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah, maka perlu melakukan riset pemasaran dan memiliki sistem informasi pemasaran yang baik. Dengan melakukan riset pemasaran paling tidak dapat diketahui keinginan dan kebutuhan nasabah. Riset ini juga dilakukan untuk mengetahui apa saja yang sudah dilakukan pesaing sehingga dapat menawarkan hal yang berbeda. Riset pemasaran tersebut dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui data primer maupun data sekunder.

Riset pemasaran yang telah dilakukan bank dapat menciptakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah. Disamping itu, bank juga harus dapat mengetahui lingkungan pemasaran. Lingkungan pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran yang akan di jalankan. Lingkungan

pemasaran terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dengan mengetahui lingkungan pemasaran, maka dengan mudah bank akan dapat menentukan langkah selanjutnya. Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya memudahkan bank untuk melakukan strategi guna merebut hati nasabah. Strategi yang dilakukan meliputi penentuan strategi produk, strategi lokasi atau layout dan strategi promosi. Strategi ini dikenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*)³

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mulai operasional sejak 23 Juli 2012.⁴ BPRS Metro Madani salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Salah satu produk simpanan di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yaitu Wadiah. Al-wadiah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh bank syariah untuk produk pengimpunan dana Pihak ketiga. Ada beberapa macam yang menggunakan akad wadiah, yaitu Giro wadiah dan tabungan Wadiah.⁵

Alasan peneliti memilih judul ini adalah karena setelah melakukan analisis pada dana pihak ketiga yaitu produk tabungan yang ada di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat terdapat hal yang menarik untuk diteliti, berupa strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah. Pada permasalahan ini ada beberapa produk tabungan di BPRS Metro Madani KC

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Ed. Revisi. Cet. 12, (Jakarta: RajaGrafindo Persada 2014), hlm. 191-192

⁴ Ari Hadyan Arsyad. Wawancara Dengan Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, *Pada Tanggal 18 Oktober 2023*.

⁵ *Ibid.* hlm.59

Tulang Bawang Barat di antaranya: Deposito IB, Tabungan Pendidikan, Tabungan Walimah, Tabungan Wadiah, Tabungan Qurban diantara tabungan itu terdapat produk yang Bestprektif baik dalam menghimpun dana atau jumlah nasabah bisa diartikan tabungan yang populer yaitu produk tabungan Wadiah, sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi marketing yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sehingga bisa memaksimalkan strateginya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Tabel 1.1
Dana Tabungan di BPRS Metro Madani
KC Tulang Bawang Barat Tahun 2022.

No.	Tabungan	Tahun	Jumlah Nasabah	Pencapaian
1.	Deposito IB Madani	2022	7	Rp. 852.500.000
2.	Tabungan Pendidikan	2022	457	Rp. 3. 721. 500.000
3.	Tabungan Walimah	2022	6	Rp. 61.000.000
4.	Tabungan Wadiah	2022	838	Rp. 6. 500. 475.000
5.	Tabungan Qurban	2022	23	Rp. 750.850.0000

Sumber : Wawancara dengan Ibu Dewi Lestari selaku Kepala Operasional BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jika tabungan wadiah adalah tabungan yang menghimpun dana pihak ketiga yang paling banyak dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga dapat disimpulkan jika tabungan wadiah adalah tabungan yang bestprektif.

Berdasarkan *hasil survey* yang dilakukan peneliti di BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat. Dana dari tabungan Wadiah yang berhasil dihimpun selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan, Sementara target

yang ditetapkan di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat untuk tiga tahun terakhir sebesar 10 Miliar.

Tabel 1.2
Dana Tabungan Wadiah BPRS Metro Madani
KC Tulang Bawang Barat Tahun 2019 – 2022.

No.	Tahun	Nasabah	Pencapaian	Target
1.	2019	811	Rp. 5. 430. 000. 000	Rp. 4. 950. 000. 000
2.	2020	683	Rp. 3. 540. 000.000	RP. 2. 967. 339. 000
3.	2021	765	Rp. 4. 120. 000. 000	Rp. 3. 339. 347. 000
4.	2022	838	Rp. 6. 500. 475.000	Rp. 5 . 150. 619. 000

Sumber : Wawancara dengan Ibu Dewi Lestari selaku Kepala Operasional BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pada tahun 2020, Dana tabungan wadiah yang dihimpun oleh BPRS Metro KC Tulang Bawang Barat berhasil mencapai target yang ditetapkan sebesar Rp. 3. 540.000.000 dari 683 jumlah nasabah.

Pada tahun 2021 Dana tabungan wadiah yang dihimpun oleh BPRS Metro KC Tulang Bawang Barat sebesar Rp. 4. 120. 000.000, dari 765 jumlah nasabah. Pada tahun 2021 adanya peningkatan sebesar Rp. 1. 580. 000. 000.

Pada tahun 2022, Dana tabungan wadiah yang dihimpun oleh BPRS Metro KC Tulang Bawang Barat sebesar Rp. 6. 500. 475. 000, dari 838 jumlah nasabah. Pada tahun 2022 adanya peningkatan sebesar Rp. 2. 380. 475. 000.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Dewi Lestari selaku Kepala Operasional BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat,⁶ ada peningkatan Dana tabungan wadiah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dikarenakan tidak lepas dari strategi marketing yang digunakan seperti dengan

⁶ Wawancara dengan Dewi Lestari selaku *Kepala Operasional Kantor Cabang Tulang Bawang Barat*, 19 September 2023.

menggunakan media online seperti Instagram, Facebook, Whatsapp yang mana pada saat ini media online dapat digunakan dengan efektif selain itu juga menggunakan *system* MOU dengan sekolah, pondok pesantren dan lembaga lainnya serta menggunakan sistem kepercayaan melalui orang yang telah dipercaya oleh masyarakat contohnya masyarakat akan kurang percaya jika bank langsung menawarkan kemasyarakat sehingga marketing akan berkerja sama dengan kiyai yang jamaahnya banyak dan tokoh lain dan tidak menyia-nyiakan event tertentu seperti pengajian dan lain-lain begitu juga dalam menangani persaingan bisnis dengan bank lain yaitu dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan dan juga mendapatkan sisi emosional nasabah sehingga nasabah akan tetap setia walaupun ada pihak lain yang menawarkan lebih. Akan tetapi peningkatan dalam tiga tahun terakhir tidak terlalu signifikan karena pada tahun 2020 hingga tahun 2022 sedang dalam fase Covid-19 sehingga mempengaruhi semua aspek termasuk dalam target mengumpun dana serta strategi marketing yang telah diterapkan karena pada tahun 2019 dana yang berhasil dihimpun adalah 5. 430. 000. 000 dari 850 jumlah nasabah namun terjadi penurunan pada tahun 2020 karena memasuki masa Covid-19 yaitu 3. 540.000.000 dari 683 jumlah nasabah.

Lalu pada saat masa Covid-19 BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat bisa perlahan lepas dari penurunan baik mengimpun dana atau jumlah nasabah sehingga bisa meningkat karena BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melakukan perubahan strategi ataupun transisi ke pemasaran dan pelayanan digital seperti mulai memaksimalkan media sosial

dalam melakukan promosi produk yang ada di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat khususnya tabungan wadiah sehingga pada saat Covid-19 mengalami peningkatan.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Dwi Yanto selaku Account Officer di BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat, dalam melakukan penghimpunan Dana tabungan wadiah tidak lepas dari banyaknya kendala yang dihadapi diantaranya yaitu penarikan dana secara tiba tiba, persaingan dengan bank lain untuk bisa menunjukkan eksistensi dimata masyarakat dimana bank pasti memberikan layanan dan kepuasan terhadap secara maksimal serta meyakinkan masyarakat yang belum terlalu paham dengan bank syariah.⁷

Berdasarkan uraikan diatas, Peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai Strategi Marketing Dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah DI BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

B. Pertanyaan Penelitian

Dari latar belakang permasalahan di atas, maka peneliti memfokuskan pembahasan pada pertanyaan penelitian tentang bagaimana strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat?

⁷ Wawancara dengan bapak Dwi Yanto selaku Account Officer BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat, *pada 2 September 2023*.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan mengenai dunia perbankan syariah selama masa serta menambah wawasan mengenai marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah secara baik dan sesuai dengan standar operasional perbankan syariah dengan bertentangan dengan nilai syariah sehingga dapat meningkatkan target penghimpunan dana.

D. Penelitian yang Relevan

Secara umum penelitian ini sudah banyak dilakukan oleh para akademis akan tetapi secara spesifik yang berkaitan dengan judul yang peneliti kaji belum ada. Berikut ini penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian peneliti:

Pertama, Skripsi yang berjudul *Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadiah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dengan Metode SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat)*. Skripsi ini ditulis oleh Anisa Tiara Fitri Mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif.⁸ Persamaan penelitian relevan terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas terkait dengan pembahasan mengenai peningkatan jumlah nasabah pada produk wadiah. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada objek lokasi di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

Kedua, Jurnal yang berjudul *Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar*.⁹ Jurnal ini ditulis oleh Ismawati, mahasiswi UIN Alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Persamaan penelitian relevan terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas terkait dengan strategi marketing, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada pembahasan pembahasan mengenai peningkatan jumlah nasabah pada produk wadiah dan objek lokasi di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

⁸ Anisa Tiara Fitri, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadiah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dengan Metode SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat)*, (Skripsi : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).

⁹ Ismawati. *Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar*, (Junal : Al-Mashrafiyah, Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah, V ol. 3 No. 1, 2019).

Ketiga, Jurnal ini berjudul *Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*.¹⁰ Jurnal ini ditulis oleh Eko Mardiyanto dan Muhammad Kambali. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan metode studi iteratur (*Library Research*). Persamaan penelitian relevan terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu Persamaan penelitian relevan terdahulu dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu marketing mix dalam pemasaran, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada pembahasan pembahasan mengenai peningkatan jumlah nasabah pada produk wadiah dan objek lokasi di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

¹⁰ Eko Mardiyanto, *Muhammad Kambali, Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Jurnal: *Al-Iqtishod, Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 9, No. 1, 2021).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Pada Produk Perbankan Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*strategas*” yang jenderal dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan sebuah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek, atau jangka panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi.¹

Pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap produk dan jasa dengan melakukan riset pemasaran. Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank kepada masyarakat.²

Tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran, antara lain sebagai berikut:

- a. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk maupun jasa
- b. Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
- c. Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya
- d. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba
- e. Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
- f. Dalam rangka memperbesar kegiatan usaha
- g. Dalam rangka menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan³

¹ Irfan Harmoko, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*. hlm. 28.

² Kasmir, “*Pemasaran Bank*”, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 52.

³ Zulkifli Karim, ‘Strategi Pemasaran Bank Syariah’, *Jurnal*, 11, 2019, hlm. 7.

Strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu untuk melejitkan omset penjualan, makna lain dari strategi pemasaran adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan tertentu untuk memperkenalkan jasa atau barang secara masif, hal ini dilakukan berdasarkan suatu pemahaman bahwa keterkaitan seseorang pada jasa atau barang tertentu dimulai dari seberapa banyak informasi yang mereka terima.

Makna lain dari strategi pemasaran adalah rangkaian analisis untuk mendapatkan keuntungan dengan menciptakan tata nilai melalui hubungan yang harmonis antara konsumen dan perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan program terpadu yang dilakukan oleh perusahaan dengan mengkombinasikan beberapa elemen, diantaranya adalah promosi, harga, distribusi, produk dan marketing mix yang tujuan utamanya adalah mendapatkan kepuasan konsumen atas jasa atau barang yang kita tawarkan.⁴

Pemasaran merupakan upaya nyata membangun mindset pemasaran melalui suatu rincian yang terencana terkait sasaran pasar, budgeting, penetapan posisi dan bauran pemasaran.

Strategi pemasaran diartikan sebagai suatu sistem yang memiliki suatu progress yang jelas untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan menyalurkan suatu jasa atau barang (produk) tujuan utamanya adalah meningkatkan layanan kepuasan konsumen (Stanton).

⁴ Mokhtar Sayyid, "*Strategi Pemasaran Bisnis*", (Sidoarjo: Zifatma Jawara, 2020), hlm. 6-7

Rencana pemasaran (*Marketing Plan*) merupakan dokumen tertulis yang berisikan mengenai sesuatu yang telah disusun dan pelajari oleh pemasar tentang pasar serta mengindikasikan mengenai bagaimana perusahaan dapat mencapai tujuan pemasarannya. Rencana pemasaran adalah salah satu tujuan utama dari proses pemasaran. Adapun kriteria dalam rencana pemasaran diantaranya, sebagai berikut:

- a. Rangkuman eksekutif dan daftar isi
- b. Analisis situasi
- c. Strategi pemasaran
- d. Proyeksi keuangan
- e. Kendali Implementasi⁵

Dalam rencana pemasaran atau *marketing plan* memiliki tujuan agar sesuatu berjalan sesuai dengan arahan yang sudah ditentukan. Tujuan dari rencana pemasaran atau *market plan*, sebagai berikut:

- a. Mengetahui dan memperbanyak informasi perubahan pasar dan kompetitor
- b. Menciptakan hubungan dan jaringan kerja yang yang lebih luas dengan organisasi-organisasi lain.
- c. Sebagai bentuk penyesuaian bisnis
- d. Meningkatkan keuntungan dengan usaha yang efisien dan efektif.
- e. Manfaat perencanaan pemasaran
- f. Membuat rencana pemaaran secara terperinci adalah sesuatu yang sangat penting bagi sebuah perusahaan.

Rencana pemasaran atau *marketing plan* dijadikan sebagai alat yang digunakan setiap waktu untuk membantu lembaga atau perusahaan dalam menjangkau target pasar serta target keuntungan. Susunan rencana pemasaran sebagai berikut:

⁵ Muhammad Yusuf dan Miah Said, "*Konsep dan Strategi Pemasaran*", (Makassar: CV. Sah Media, 2019), hlm. 29-30.

- a. Melakukan analisis situasi
- b. Menetapkan tujuan dan sasaran
- c. Menyusun strategi dan program.⁶

Dalam sebuah perusahaan atau lembaga perbankan perencanaan dalam pemasaran berkaitan dengan rencana bisnis company yang berarti kearah mana perusahaan tersebut akan berkembang.

Adapun berbagai jenis strategi pemasaran digital, diantaranya sebagai berikut:

- a. *Search Engine Optimization (SEO)*

SEO adalah upaya yang dilakukan untuk mengoptimasi sebuah situs agar mendapatkan peringkat teratas dari hasil pencarian. Media yang dapat digunakan yaitu website, blogs, dan indograsfi.

- b. *Content Marketing*

Merencanakan, membuat, mendokumentasikan dan membagikan konten yang berkaitan dengan perbankan yang kemudian dibagikan dalam media sosial. Contohnya yaitu video terkait dengan pentingnya menabung sejak dini dengan melibatkan siswa-siswi dalam video atau membuat film pendek terkait dengan menabung.

- c. *Otomatisasi Pemasaran*

Otomatisasi pemasaran adalah metode tugas yang dapat digunakan secara berulang-ulang. Seperti halnya alur pekerjaan, susunan unggahan konten serta pelaporan. Hal tersebut dapat dilakukan dalam media email dan media sosial.

⁶ Miguna Astuti dan Agni Rizkita Amanda, “*Pengantar Manajemen Pemasaran*”, (Sleman : Deepublish, 2020), hlm. 32-34.

d. *Pay-Per-Klik (PPC)*

PPC merupakan cara untuk mengarahkan traffic kesitus perbankan dengan bayaran pada setiap kliknya.

e. *Native Advertising*

Native advertising merupakan bentuk konten yang bersifat berbayar dalam bentuk yang memiliki kemiripan dengan konten media dan penempatannya. Promosi digital tersebut dalam dilakukan di Instagram dan Facebook.

f. *Affiliate Marketing*

Affiliate marketing adalah ketika anda bermitra dengan layanan atau situs orang lain untuk membuat komisi dengan merujuk pembaca atau pengunjung kesitus yang berangkutan. Media yang dimaksud adalah Hosting video ads dengan Youtube.

g. *Sosial Media Marketing*

Strategi pemasaran digital dengan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk yang ada pada perbankan semenarik mungkin. Pada sosial media marketing ini dapat dilakukan di Facebook, Whatsapp, Twitter, Facebook messenger, Akan tetapi alangkah baiknya untuk awal pemasaran digitas 15opic terhadap satu media sosial dahulu agar dapat melihat perkembangan, mempersingkat waku, biaya, tenaga manusia dan ilmu.⁷

⁷ Fauziah Septiani, “*Dasar-dasar pemasaran digital*”, (Surabaya:Cipta Media Nusantar, 2021). hlm. 4-5

2. Konsep Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran bertujuan sebagai acuan dalam mengambil keputusan, menentukan standar prestasi, meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi, meningkatkan kualitas koordinasi antar individu. Untuk dapat memahami fungsi dan tujuan dari pemasaran terlebih dahulu perlu mengetahui serangkaian konsep strategi pemasaran, diantaranya yaitu:

a. Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Kebutuhan merupakan syarat pokok yang paling mendasar manusia sehingga dari kebutuhan timbullah keinginan akan memiliki sesuatu kebutuhan yang belum dimiliki akan suatu permintaan yang harus dibayarkan dari keinginan tersebut. Dalam pemasaran keberhasilan sangat ditentukan oleh kemampuan organisasi dalam membedakan lima jenis kebutuhan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Stated needs atau kebutuhan yang dijelaskan
- 2) Real needs atau kebutuhan yang sebenarnya
- 3) Unstated needs atau kebutuhan yang tidak dijelaskan
- 4) Delight needs atau kebutuhan kesenangan
- 5) Secret atau kebutuhan rahasia.

b. Pasar Sasaran, Positioning dan Segmentasi

Seorang pemasar tidak menutup kemungkinan dapat memberikan kepuasan terhadap seluruh target pemasaran. Oleh karena itu, pesaing pasar memunculkan ide dengan membagi pasar dalam beberapa segmen mulai dari proses mengidentifikasi, mengelompokkan pembeli berdasarkan dengan bauran produk dan jasa.⁸

⁸ Achmad Rizal, “*Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*”, (Sleman: Penerbit Deepublish, 2020), hlm. 12.

c. Penawaran dan Merek

Penawaran merupakan sebuah strategi yang dilakukan untuk membuat pelaku pasar terpicat dengan produk, jasa, informasi serta pengalaman yang ditawarkan oleh pihak terkait. Merek merupakan nama atau brand dari suatu produk yang ditawarkan dari suatu sumber yang diketahui.

d. Nilai dan Kepuasan

Nilai merupakan sebuah cerminan yang muncul dari sejumlah manfaat, baik yang diperoleh maupun tidak diperoleh serta biaya yang dipersiapkan oleh seorang pelanggan. Kepuasan merupakan suatu penilaian yang diberikan kepada lembaga terhadap kinerja serta pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

e. Saluran Pemasaran

Dalam strategi pemasaran untuk dapat tercapainya suatu target pasar, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yang meliputi saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran pelayanan.

f. Rantai Pasokan (*Supply Chain*)

Rantai pasokan adalah serangkaian proses untuk dapat terciptanya suatu produk sampai dengan terealisasi kepada pelaku pasar.

g. Persaingan

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan tingkatan paling rawan untuk dapat mencapai target sesuai dengan kapasitas produk, pelayanan serta ketersediaan barang ataupun jasa.

h. Lingkungan Pemasaran

Lingkungan pemasaran terbagi menjadi dua yaitu lingkungan tugas yang berupa perusahaan, pemasok, distributor, dealer dan pelanggan sasaran. Lingkungan demografis merupakan lingkungan yang dilihat dari segi ekonomi, fisik, teknologi, politik-hukum dan sosial budaya.

3. Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Jasa

Bauran pemasaran adalah alat bisnis yang digunakan oleh manajemen organisasi yang memungkinkan mereka untuk tetap berada dalam lingkungan persaingan global. Bauran pemasaran mengacu pada tujuan bidang utama pengambilan keputusan (7P) dalam proses pemasaran yang dicampur dan dicampur untuk mendapatkan hasil yang diinginkan organisasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ini adalah seperangkat alat untuk pemasaran taktis yang dapat dikontrol dari produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik (7P) yang merupakan variable yang dapat dikontrol oleh manajer pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik baiknya.⁹

Elemen bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya dipasar sasaran. Ini adalah variable terkontrol yang dapat dimanipulasi eksekutif pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran, bauran pemasaran adalah salah satu konsep kunci dalam teori pemasaran modern.

⁹ Fitria Halim and others, *Full Book Manajemen Pemasaran Jasa, (Manajemen Pemasaran Jasa,2021)*, hlm. 49.

Bauran pemasaran (Marketing Mix) merupakan alat pemasaran yang baik yang berada dalam suatu perusahaan, dimana perusahaan mampu mengendalikannya agar dapat mempengaruhi respon pasar sasaran.¹⁰

Bauran pemasaran Bank merupakan serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan Bank perusahaan untuk melayani nasabah yang menjadi target pasar. Bauran pemasaran ini dapat dirancang berdasarkan segmen yang dituju, mengingat masing-masing segmen nasabah memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda, marketing mix atau bauran pasaran adalah konsep penting dalam dunia pemasaran atau marketing yang diperkenalkan pertama kali oleh seorang akademisi bernama Jerome McCarthy pada tahun 1960-an. Menurut (Lovelock, 1996) selain 4p tradisional produk, harga, promosi dan tempat dalam pemasaran produk untuk mencakupi 3p lebih lanjut dari orang, proses dan bukti fisik. Tujuan dari bauran pemasaran adalah untuk merancang campuran tindakan untuk mempengaruhi pilihan pelanggan.¹¹

Terdapat tujuh aktivitas penting dalam bauran pemasaran perbankan atau dikenal dengan marketing mix yaitu:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan layanan yang ditawarkan oleh perbankan kepada nasabahnya. Bank menawarkan berbagai produk barang atau jasa antara lain kredit dan simpanan serta layanan tambahan, seperti:

¹⁰ Tengku Firli Musfar, “*Manajemen Pemasaran*”, (Bandung : Penerbit Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 10.

¹¹ Fitria Halim and others, *Full Book Manajemen Pemasaran Jasa, (Manajemen Pemasaran Jasa, 2021)*, hlm. 50.

safe deosite box, kliring, Inkaso, ekspor impor, dan jual beli travelers cheque. Masing-masing jenis layanan memiliki manfaat dan atribut.

b. *Price* (Harga)

Harga produk adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa anda berikan. Harga adalah komponen yang sangat penting dari pengertian bauran pemasaran.¹² Bank Perlu menetapkan besarnya jasa yang harus dibayar nasabah atas pemanfaatan produk dan jasa yang digunakan dalam bentuk bunga, bagi hasil, biaya yang kompetitif sesuai dengan manfaat yang diberikan.

c. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi dan kemudahan akses sangat penting bagi nasabah. Bank dengan strategi lokasi strategis yang mudah diakses nasabah dengan kendaraan umum akan lebih menarik, dibandingkan jika lokasinya jauh dari jangkauan kendaraan umum, Bank yang menyediakan ATM yang lebih banyak baik untuk tarik tunai maupun setor tunai akan lebih menarik bagi nasabah karena memudahkan nasabah untuk mengakses layanan yang diperlukan dalam waktu 24 jam. Oleh karena itu, pemilihan lokasi (tempat) menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam penyusunan bauran pemasaran.

d. *Promotion* (Promosi)

Produk, jasa serta layanan yang ditawarkan suatu bank akan diketahui dan dikenal masyarakat, jika bank melakukan promosi.

¹² Fitria Halim and others, *Full Book Manajemen Pemasaran Jasa, (Manajemen Pemasaran Jasa, 2021)*, hlm. 4.

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan bank dengan tujuan agar produk dan jasa yang ditawarkan diketahui oleh pasar dan pasar tertarik untuk memanfaatkannya.

e. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Bukti fisik adalah kondisi fisik yang diamati dan dirasakan nasabah pada saat memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Ruang *front liner* yang rapi dan bersih, brosur yang tertata rapi, sarana dan prasarana yang ada di Bank merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah untuk memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan serta memengaruhi kepuasan nasabah.

f. *People* (Orang atau Pegawai Bank)

Pegawai yang memberikan pelayanan produk dan jasa merupakan aspek penting dalam bauran pemasaran perbankan. Dalam beberapa studi dinyatakan bahwa diferensiasi dalam pelayanan dapat menjadi sumber keunggulan bersaing bagi Bank. Aspek sumber daya manusia berperan penting dalam pelayanan bank yang akan berdampak pada kepuasan nasabah.

g. *Process* (Proses)

Proses merupakan aspek penting dalam pelayanan perbankan. Proses pengajuan kredit hingga persetujuan dan pencairan dana yang lama dan banyak prosedur yang harus dilalui serta menyulitkan nasabah dapat menyebabkan nasabah kecewa. Dalam pelayanan produk simpanan, aspek ini juga penting. Jika untuk mendaftar menjadi

nasabah tabungan, persyaratannya banyak, isian yang harus diisi juga banyak, tentu akan membuat nasabah merasa sulit dan menghabiskan waktu yang demikian ini akan berpengaruh terhadap kepuasan.¹³

B. Produk Al-Wadi'ah

1. Pengertian Produk Al-Wadi'ah

Al-Wadi'ah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. Titipan harus dijaga sewaktu-waktu pada saat dibutuhkan oleh pihak yang menitipkan.¹⁴

2. Dasar Hukum Produk Al – Wadiah

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.* (Qs. An – Nisa : 58)

Adapun hadits Nabi yang diriwayatkan Abu Dawud dan At – Tirmidzi bahwa Rasulullah SAW bersabda :

أَدِّ الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ مَنْ اتَّيَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

¹³Tatik Suryani, "Manajemen Pemasaran Strategik Bank Diera Globa", (Jakarta: Prenamedia Grup, 2017), hlm. 41.

¹⁴Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 59.

Artinya : “*Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda: “Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatinya.”* (HR. Abu Dawud dan At-Tirmidzi)¹⁵

Berdasarkan dari hadits diatas, bahwa akad *wadi'ah* titipan hukumnya boleh, dalam rangka saling tolong menolong disyariatkan dan dianjurkan dalam islam. Dari kedua ayat diatas jelaslah bahwa pemiliknya. Kebolehan dalam hal ini adalah karena adanya manfaat bagi orang banyak dengan dasar membiarkan harta atau uang tertimbun tidak dipergunakan untuk kepentingan umat manusia dan mensejahterakan umat manusia.

3. Jenis – Jenis Produk *Al-Wadiah*

a. *Wadiah Yad Al-Amanah*

Wadiah Yad Al-Amanah adalah dimana penerima titipan tidak bertanggung jawab atas kehilangan atau kerusakan barang yang dititipkan bukan akibat dari kelalaian yang dititipkan.¹⁶ Titipan murni dari pihak menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipan harus menjaga memelihara barang titipan dan tidak diperkenakan untuk memanfaatkannya.

b. *Wadiah Yah Dhamanah*

Wadiah Yah Dhamanah adalah dimana penerima titipan memanfaatkan barang titipan tersebut dengan izin pemiliknya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap

¹⁵ Muhammad Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke Praktik*. (Jakarta. Tazkia Cendikia, 2001), hlm. 6

¹⁶ Niken Sania Putri and Havis Aravik, ‘Analisis Produk Tabungan Wadi’Ah Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin’, (*Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2021), hlm. 4

saat kala pemilik menghendaknya.¹⁷ Pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang yang dititipkan. Penerima titipan wajib mengembalikan barang yang dititipkan dalam keadaan utuh, penerima titipan diperolehkan memberikan imbalan dalam bentuk bonus yang tidak diperjanjikan sebelumnya.

4. Produk Tabungan Al-Wadiah

Tabungan Wadiah merupakan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah yaitu titipan murni yang harus dijaga dan kembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak miliknya. Menurut Idris Ahmad bahwa wadiah artinya barang diserahkan diamanahkan kepada seseorang supaya barang itu dijaga dengan baik-baik dapat disimpulkan wadiah adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai barang atau kepada pihak penyimpanan yang diberi amanah atau kepercayaan baik individu maupun badan hukum tepat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan kerugian keamanan dan keutuhannya dan kembalikan kepada kapan saja penyimpan menghendaki.¹⁸ Tabungan Wadiah juga merupakan simpanan atau titipan pihak ketiga pada bank yang peneraiknya hanya dapat dilakukan berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati antara bank dan nasabah.

¹⁷ Putri, Niken Sania and Havis Aravik, *Analisis Produk Tabungan Wadiah*, (PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al- Falah Banyuasin, Jurnal : Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah, Jimpa, 2021).

¹⁸ Idris Ahmad, *Fiqh Al-Syafi'iyah*, (Jakarta: Karya Indah, 1986), hlm. 182.

5. Rukun dan Syarat Al-Wadiah

Menurut Hanafiah berpendapat bahwa rukun wadiah ada satu, yaitu ijab dan qabul, sedangkan yang lainnya termasuk syarat dan tidak termasuk rukun. Menurut Hanafiah dalam shigat ijab dianggap sah apabila ijab tersebut dilakukan dengan perkataan yang jelas (sharih) maupun dengan perkataan samar (kinayah). Hal ini berlaku juga untuk 25opic, diisyaratkan bagi yang menitipkan barang dengan mukalaf. Tidak sah apabila yang menitipkan dan yang menerima benda titipan adalah orang gila atau anak yang belum dewasa.¹⁹ Menurut Syafi'iyah al-wadi'ah memiliki tiga rukun, yaitu:

- a. Barang yang dititipkan, syarat barang yang dititipkan adalah barang atau benda itu merupakan sesuatu yang dapat dimiliki.
- b. Orang yang menitipkan dan yang menerima titipan, disyaratkan bagi penitip dan penerima titipan sudah baligh, berakal serta syarat-syarat lain yang sesuai dengan syarat-syarat berwakili.
- c. Shigat ijab dan qabul al-wadi'ah, disyaratakan pada ijab 25opic ini dimengerti oleh kedua belah pihak, baik dengan jelas maupun samar-samar.

¹⁹ Hendi Subendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Ed. 1. Ke. 6. 2013), hlm. 183.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi penelitian untuk menyediakan gejala objektif yang terjadi di lokasi tersebut.¹

Adapun maksud dari penelitian diatas adalah peneliti mempelajari secara mendalam dan terjun kelapangan, bertemu langsung dengan karyawan serta masyarakat setempat untuk mendapatkan gambaran lebih komprehensif tentang situasi Bank tersebut.

2. Sifat Penelitian

Sesuai dengan judul serta fokus permasalahan yang diambil, sifat penelitian ini adalah deskriptif. Deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambaran dan bukan angka. Dengan demikian, penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk member gambaran penyajian laporan tersebut.²

¹Abdurrahman Fathoni, "*Metodologi Penelitian dan Teknis Pnyusunan*", (Jakarta:PT. Renika Cipta, 2011), hlm. 9

²Lexy J.Moleong, "*Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 11

Deskriptif yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan metode ilmiah.³

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana asal data penelitian itu diperoleh. Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber-sumber yang memberikan data langsung dari tangan pertama.⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari website resmi BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

Dalam ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *Convenience Sampling*. Sampel ini dipilih berdasarkan populasi yang tersedia dan mudah dijangkau oleh peneliti. Subjek penelitian dijadikan sebagai sampel karena secara kebetulan ditemukan dilokasi dan keadaan yang bersamaan dengan pengambilan data. Adapun yang menjadi sumber data primer karyawan Bank Metro Madani yaitu Kepala Cabang, Kepala Bagian Oprasional, *Account Officer*.

³*Ibid.*, hlm. 6.

⁴Winarso Surakhmad, “*Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, Teknik*”, (Bandung:Tarsito, 1998), hlm. 134

Dengan data ini peneliti mendapatkan informasi mengenai pencapaian target penghimpunan dana pihak ketiga pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melalui strategi pemasaran.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data dengan melalui perantara orang atau dokumen.⁵ Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (table catatan,notulen rapat,SMS) dan lain-lain.⁶

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Teknik Wawancara (*Interview*)

Teknik wawancara yang dilakukan dalam pengumpulan data penelitian ini melalui proses Tanya jawab secara lisan face to face, baik dilakukan dalam ruangan maupun diluar ruangan.

Wawancara merupakan proses Tanya jawab dalam sebuah penelitian yang dilaksanakan secara lisan antara dua pihak untuk mendengarkan dan memberikan penjelasan dari pertanyaan yang diajukan kepada yang bersangkutan. Wawancara alangkah baiknya dilakukan di pagi hari pada

⁵Sugiyono, “*Metode Penelitian Kualitatif, R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 137.

⁶Suraya Murcitaningrum, “*Metode Penelitian Ekonomi Islam* “ (Bandar Lampung: Ta’lim Press, 2012) hlm. 22.

saat narasumber masih dalam kondisi *fresh*, sehingga data yang diberikan narasumber lebih valid dan kredibel.

Ada beberapa jenis wawancara yang dapat digunakan oleh peneliti, diantaranya sebagai berikut:

a. Wawancara Tersetruktur

Wawancara tersetruktur adalah wawancara yang dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu sebelum bertemu dengan narasumber.

b. Wawancara Tidak Tersetruktur

Wawancara ini dilakukan tanpa mengikuti arahan pedoman wawancara, akan tetapi dilakukan dengan dialog bebas serta tetap menjaga dan mempertahankan inti pembicaraan yang relevan dengan tujuan penelitian.

c. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara mendalam merupakan wawancara yang tidak terstruktur dengan baik, Akan tetapi telah dilakukan beberapa kali dan membutuhkan waktu yang cukup lama bersama dengan narasumber di lokasi penelitian.

d. Wawancara Berbingkai

Wawancara berbingkai yaitu wawancara yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan terlebih dahulu menentukan atau membingkai

arah pembicaraan agar tidak menyimpang dari pembahasan yang akan dibahas serta menjaga agar tetap terlihat santai dan tidak kaku.⁷

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan yaitu wawancara terstruktur, peneliti mempersiapkan terlebih dahulu bahan pertanyaan yang akan diajukan kepada Direktur atau kepala cabang Bapak Ari hadyan Arsad, Kepala Bagian Operasional Ibu Dewi Lestari serta *Account Officer* Bapak Dwi Yanto dan Syarif Husain di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan Beberapa Nasabah dengan memperhatikan pedoman wawancara.

2. Observasi

Observasi Merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis langsung maupun tidak langsung. Keuntungan yang dapat diperoleh melalui observasi adalah adanya pengalaman yang mendalam, dimana peneliti berhubungan langsung dengan subjek penelitian.⁸

Observasi yang dilakukan peneliti dengan melihat secara langsung Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Penelitian yang menggunakan

⁷Rahmadi, "*Pengantar Metodologi Penelitian*", (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), hlm. 76

⁸ Lexy J. Meoleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 87.

teknik dokumentasi memegang check-list untuk mencari variabel yang telah ditentukan. Apabila telah mendapatkan variabel yang sedang dicari akan memudahkan peneliti untuk mencatat hal-hal yang bersifat bebas atau belum ditentukan dalam daftar variabel, sehingga peneliti dapat menggunakan kalimat bebas.⁹

Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menelaah beberapa sumber buku, jurnal ataupun karya ilmiah yang berkaitan dengan strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan *Al-wadi'ah*.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Teknik untuk menjamin keabsahan data dan kredibilitas data dilakukan dengan cara triangulasi. Teknik triangulasi dalam pengujian kredibilitas merupakan pengecekan data dari berbagai cara dan berbagai waktu.¹⁰

Teknik triangulasi yang digunakan dalam pengecekan keabsahan data pada penelitian ini yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Mengumpulkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data. Cara yang dilakukan adalah melakukan Pengecekan data (cek ulang, dan cek silang). Mengecek adalah melakukan wawancara kepada dua atau sumber informasi dengan pertanyaan sama. Cek ulang berarti proses wawancara secara berulang dengan mengajukan pertanyaan mengenai hal

⁹Sandu Siyoto dan M Ali Sodik, “ *Dasar Metodologi Penelitian*”, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 78

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 273

yang sama dalam waktu yang berlainan. Cek silang berarti mengali keterangan tentang keadaan informasi dengan satu sama lain.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik berarti menguji kreadibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.¹¹Peneliti menggunakan triangulasi teknik ini untuk membandingkan dan ngecek apakah data yang diperoleh dengan wawancara dan di cek dengan observasi, dokumentasi tersebut sama atau berbeda – beda, jika sama maka data tersebut sudah kredibel, jika berbeda – beda maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut sumber data.

3. Triangulasi Waktu

Pengujian kreadibilitas dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam waktu atau situasi yang berbeda.

Berdasarkan teknik diatas, Maka penulis membandingkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Kepala cabang, Kepala Bagian Operasional, *Account Officer*. Selain itu peneliti juga membandingkan dari hasil wawancara dengan data yang diperoleh dari observasi dan dokumentasi, namun dengan waktu dan situasi yang berbeda sehingga diketahui kesesuaian data hasil wawancara dengan fakta dilapangan.

¹¹ *Ibid*, 274.

E. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹²

Peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk menganalisa data. Proses berfikir induktif yakni pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan yang bersifat umum. Data dan fakta hasil pengamatan empiris disusun, diolah, dikaji untuk kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.¹³

¹²Lexy J.Moleong, “*Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*”, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 248.

¹³Nana Sudjana, “*Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*”, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001), hlm. 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani merupakan sebuah lembaga keuangan yang mengadopsi prinsip syariah Islam dalam operasionalnya. Pendirian BPRS Metro Madani didasarkan pada undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang kemudian diubah melalui UU No.10 Tahun 1998, dan terakhir diatur oleh UU No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah. PT.BPRS Metro Madani mulai beroperasi pada tanggal 20 September 2005, berdasarkan akta anggaran dasar yang dibuat oleh notaris Hermanita SH di Bandar Lampung No.1 tanggal 03 Maret 2005, yang kemudian disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) dengan Nomor C-16872 HT.01.01.TH.2005. Bank ini juga memperoleh izin usaha dari Bank Indonesia dengan nomor 7/54/KEP.GBI/2005 pada tanggal 08 September 2005.¹

Saat ini PT. BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang yang pertama yaitu di Unit II Jl. Lintas Timur Unit II Banjar Agung, Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang yang kedua yaitu di Jl. Kalirejo, Lampung Tengah sejak 01 November 2009, yang ketiga 1

Dokumentasi Profil BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat,

¹ Wawancara Dengan Ibu Dewi Lestari, Selaku Kepala Bagian Oprasional (Sejarah BPRS Metro Madani), Di akses pada hari Selasa, 17 November 2023, Pukul 11.18 WIB.

dilakukan pada tanggal 13 November 2023 terletak di Jl. Jendral Sudirman Kec. Tumijajar Kab. Tulang Bawang Barat sejak tanggal 23 Juli 2012, dan kantor cabang yang keempat terletak di Jl. Senopati No. 99 Jati Mulyo Kec. Jati Agung, Lampung Selatan sejak 2013, serta memiliki kantor Layanan Kas di RSUD Muhammadiyah Metro No. 42 Mulyojati, 16c Kota Metro, Lampung sejak 15 Oktober 2012

BPRS Metro Madani kantor cabang Tulang Bawang Barat merupakan kantor cabang dari BPRS Mero Madani yang didirikan untuk memperluas jaringan kantor. BPRS Metro Madani terdiri dari BPRS Metro Madani kantor pusat, BPRS Metro Madani kantor cabang, BPRS Metro Madani kantor kas dan BPRS Metro Madani layanan kas.²

Kantor cabang Tulang Bawang Barat beralamat di Jl.Jendral Sudirman, Kecamatan Tumijajar, Kabupaten Tulang Bawang Barat, Lampung. PT BPRS Metro Madani KC. Tulang Bawang Barat mulai beroperasi pada tahun 2012 sampai saat ini.

VISI

Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang berkemajuan, bermartabat, dan membawa kemaslahatan umat.

MISI

- a. Menjalankan usaha Perbankan Syariah sesuai dengan syariah Islam yang sehat dan terpercaya.

² Dokumen Arsip BPRS Metro Madani KC Tulangbawang Barat , Di akses pada hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 13.12 WIB.

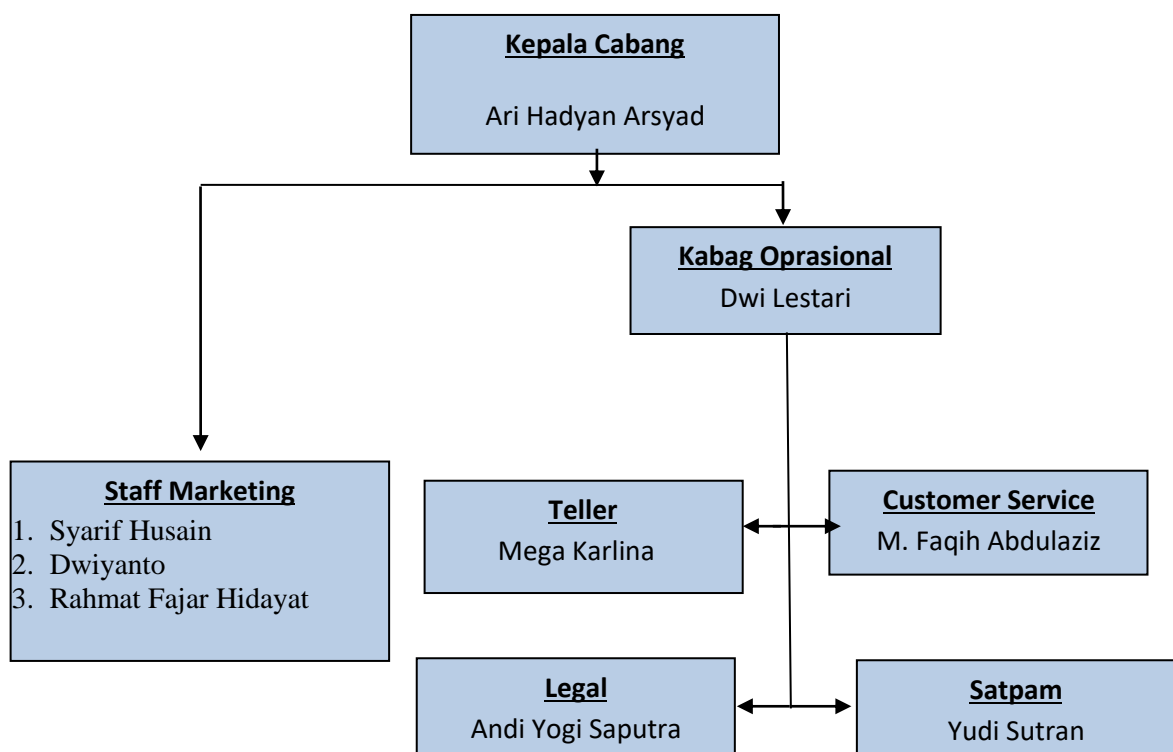
- b. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada nasabah, share holder dan karyawan.³

2. Struktur Kepengurusan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

Di bawah ini merupakan struktur BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, sebagai berikut:⁴

Gambar 4.1

Struktur BPRS Metro Madani Kc Tulang Bawang Barat



³ Dokumen Arsip BPRS Metro Madani KC Tulangbawang Barat , Di akses pada hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 13.12 WIB.

⁴ Dokumen Arsip BPRS Metro Madani KC Tulangbawang Barat , Di akses pada hari Kamis 16 November 2023, Pukul 13.12 WIB.

a. Tugas- Tugas Kepengurusan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

1) Kepala Cabang

Kepala cabang bertanggung jawab atas segala aktivitas operasional kantor cabang, menjalankan kebijakan bank, melakukan pengawasan terhadap semua bagian yang ada dibawahnya yang diamanatkan oleh direksi berdasarkan RUPS, dan melakukan fungsi manajemen pada kantor jual beli.

2) Kepala Operasional

- a) Mempersiapkan RKA Rapat Kerja dan Anggaran
- b) Melakukan Pembinaan dan Koordinasi kepada Bawahan.
- c) Membangun Fungsi Kerja pada Bawahannya.
- d) Mengawasi Kinerja Bawahannya.
- e) Memastikan Pengelolaan Kas berjalan dengan benar.
- f) Memastikan semua bentuk Pelayanan sesuai dengan ketentuan.
- g) Melayani Keluhan Nasabah Bank.
- h) Melayani semua kebutuhan Kantor Cabang dari segi Operasional

3) Staff Marketing

- a) Funding (Pendanaan), Tugasnya :
 1. Menghimpun dana tabungan dan deposito dengan system jemput bola sampai ditempat sesuai permintaan nasabah yang masih dalam jangkauan logis.

2. Memberikan informasi yang benar mengenai karakteristik dari keutamaan masing-masing produk penghimpun dana.
 3. Secara produktif menghubungi pengurus pengajian kelompok majelis taklim, masjid lembaga pendidikan, dan sebagainya agar berminat menyimpan dana di Bank Syariah Metro Madani.
 4. Meningkatkan pelayanan secara ramah, cepat, teliti, dan akurat.
- b) Pembiayaan Account Officer, Tugasnya:
1. Menyalurkan pembiayaan/piutang kepada nasabah potensial dan berkualitas baik individu maupun kolektif secara UMKM dan melakukan analisis kelayakan terhadap calon nasabah yang membutuhkan pembiayaan secara selektif.
 2. Melakukan pendampingan BMT dalam pengembangan usaha, pengelolaan administrasi, pembukuan, baik lewat kunjungan konsultasi atau pertukaran regular dan melayani pembiayaan bagi BMT/koperasi/kelompok swadaya masyarakat, wirausaha, melalui skema pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan usahanya.
 3. Melakukan penarikan dan penanganan terhadap pembiayaan piutang serta memelihara kualitas pembiayaan agar tetap berada dalam kategori lancar serta terkoordinir dan terjadwal, termasuk upaya preventif dan penyelamatan pembiayaan sehingga dapat menekan angka NPL, sampai batas minimal.

c) Remedial, Tugasnya :

Seorang Remedial bertugas untuk menangani ketika adanya tunggakan atau termasuk dalam kategori tidak lancar, dan sudah melebihi 3 bulan. Pada bulan ke 4, remedial akan mendatangi nasabah dan menanyakan alasan yang sedang dialami nasabah, maka pihak bank akan memberikan surat peringatan ke 1 dengan waktu 7 hari, jika dari pihak nasabah tidak ada perkembangan maka akan diberikan surat peringatan yang ke 2 dan 3. Apabila pihak nasabah belum mampu membayar kewajibannya pihak bank akan menawarkan dan apabila pihak nasabah sudah tidak mampu untuk membayar kewajibannya, maka pihak bank akan menawarkan penjualan aset terhadap jaminan dimana pada awal akad nasabah sudah menandatangani surat kuasa jual.

d) Gadai/Rahn, Tugasnya:

Secara teknis Rahn masuk dalam bagian pembiayaan. Tugas dari Rahn yaitu mencari nasabah yang akan menggadaikan emas. Jadi tugas Rahn yaitu bertanggung jawab atas pelaksanaan pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas atau perhiasaan sebagai salah satu alternatif memperoleh utang tunai dengan cepat. Disamping untuk memenuhi kebutuhan umat akan jasa yang sesuai syariat Islam.

4) Teller

Teller bertanggungjawab atas pelaksanaan penerimaan setoran atau pelayanan transaksi dengan ramah, cepat, teliti, dan akurat dan pembayaran tunai atau pemindah bukuan nasabah, penyimpanan kas, dan pengadministrasian secara lengkap, rapi, teratur dan aman.

5) Customer Service

Customer Service bertanggung jawab dalam memberikan penjelasan untuk pembiayaan, menerima keluhan nasabah, memberikan solusi, dan bertanggung jawab atas nasabah dalam kepentingan pembukuan tabungan deposito, serta memberikan informasi yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Metro Madani dengan mengutamakan kualitas layanan demi kepuasan nasabah.

6) Legal

Legal berfungsi untuk membuat laporan administrative pembiayaan secara periodik sesuai dengan kebutuhan dengan cepat, teliti dan akurat. Mempersiapkan proses akad pembiayaan/piutang dengan cepat teliti dan akurat, mempersiapkan pelaksanaan rapat komite untuk menambah hasil analisa pembiayaan dan transaksi jaminan nasabah, melaksanakan pengadministrasian berkas-berkas pembiayaan dan jaminan dengan baik, teratur dan aman.

7) Satpam

Satpam bertugas untuk menjaga keamanan BPRS Metro Madani.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti memperoleh hasil dari wawancara tentang Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, sebagai berikut:

Deskripsi hasil wawancara dengan bapak Ari Hadyan Arsyad, S.E selaku kepala cabang BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat, sebagai berikut:

BPRS Metro Madani Cabang Tulang Bawang Barat adalah lembaga keuangan yang berbentuk bank skala mikro yang menyediakan produk-produk dan jasa-jasa keuangan baik berupa tabungan maupun pembiayaan yang beroprasioal menggunakan prinsip-prinsip syariah. Produk tabungan atau simpanan pada BPRS Metro Madani menggunakan akad wadiah diantaranya: Deposito IB, Tabungan Pendidikan, Tabungan Walimah, Tabungan Wadiah, dan Tabungan Qurban. Akan tetapi berbeda dengan tabungan wadiah itu sendiri karena tabungan selain tabungan wadiah tidak bisa diambil sewaktu waktu nasabah membutuhkannya akan tetapi sesuai perjanjian yang sudah disepakati di awal dan dari beberapa tabungan yang ada di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat Tabungan wadiah adalah tabungan yang bestprektis atau tabungan yang terbaik baik dalam menghimpun dana atau dalam jumlah nasabah itu sendiri, sedangkan tabungan wadiah sendiri merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang akan menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan. BPRS Metro Madani KC Tulang

Bawang Barat dalam memasarkan produk tabungan wadiah memerlukan strategi pemasaran yang baik, strategi pemasaran produk simpanan wadiah yang dilakukan BPRS Metro Madani KC Tulang bawang Barat dalam rangka meningkatkan jumlah nasabahnya melakukan perumusan dalam memilih dan menerapkan pasar yang akan dituju dengan menggunakan 7P yaitu dalam pemasaran produk tabungan wadiah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yaitu, product (produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi), People (Orang), Process (proses), dan Physical Evidence (Bukti Fisik) tidak hanya itu tetapi BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat juga melakukan Kerjasama/MOU dengan beberapa sekolah yaitu jika para guru mendapatkan gaji maka lewat BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sehingga semua guru otomatis menggunakan jasa BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat begitu juga kepada para siswanya dianjurkan untuk menabung di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, bukan hanya menggunakan sistem MOU tetapi juga membangun kepercayaan kepada masyarakat salah satu caranya yaitu berkerjasama dengan pondok pesantren dan para tokoh masyarakat yang banyak jamaahnya sehingga jika orang yang dipercaya oleh masyarakat yang menyampaikan maka masyarakat akan lebih percaya serta didampingi oleh pegawai bank dan juga BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat memanfaatkan event-event tertentu seperti pengajian atau yang lain dalam melakukan promosi serta difokuskan juga menggunakan media sosial.

Terlepas dari strategi yang diterapkan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam melakukan strategi marketing pada tabungan wadiah diantaranya yaitu: tabungan wadiah merupakan salah satu produk tabungan dalam menghimpun dana pihak ketiga yang dimana peran dari produk tabungan wadiah juga sangat penting untuk menghimpun dan menyalurkan dana kendala yang dihadapi berupa nasabah menarik tabungannya secara tiba-tiba dengan jumlah yang banyak serta tidak lepas dari kendala yang dihadapi dilapangan yaitu persaingan antara pihak lain yang dimana pihak lain juga gencar mempromosikan produknya dan menerapkan strategi untuk bisa menguasai pasar dan juga kendala yang dihadapi adalah masyarakat yang belum mengetahui terkait perbankan syariah dan belum menaruh kepercayaan terhadap bank syariah itu sendiri sehingga marketing harus menjelaskan serta melakukan strategi pendekatan sisi emosioal dan meyakinkan calon nasabah tersebut.

Dalam menghadapi kendala yang ada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat pasti sudah mempersiapkan strategi dalam menghadapi kendala yang ada yaitu dengan cara: jika nasabah melakukan penarikan secara tiba-tiba dengan jumlah yang banyak maka BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat juga harus melayani sesuai kebutuhan yang diperlukan nasabah supaya sistem mengimpun dan menyalurkan dana tetap berjalan maka BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat juga gencar dalam mensosialisasikan

produk tabungan lain seperti pendidikan dan lain lain.⁵ Dan juga jika cabang memerlukan dana tambahan juga bisa menghubungi atau meminta suntikan dana pusat dari BPRS Metro Madani karena pusat merupakan induk dari BPRS Metro Madani Itu sendiri sehingga masih satu kesatuan dengan yang di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, jika menghadapi persaingan bisnis atau dari pesaing bank lain maka yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yaitu berupa memaksimalkan promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan supaya nasabah tidak tergiur dengan tawaran pesaing karena sudah merasa puas akan pelayanan dari BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan juga menerapkan nasabah yang fanatik dalam atrian jika sudah ada sisi emosional maka apapun tawaran dari pesaing maka nasabah akan tetap pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan juga menargetkan nasabah yang fanatik terhadap Islam karena akan tetep pada bank syariah walaupun tawaran dari pesaing lain lebih murah atau lebih dari BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat maka nasabah akan tetap setia, jika menghadapi calon nasabah yang kurang akan pengetahuan terkait perbankan syariah maka Account Officer akan menjelaskan dengan pelan dan sabar supaya nasabah dapat mengerti dan paham apa yang disampaikan sehingga ada sisi emosional tersendiri.

Jika mengukur akan keberhasilan dari strategi pemasaran yang di terapkan maka pertama dilihat dari keberhasilan dana yang dihimpun apakah mencapai target atau tidak dan pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang

⁵ Wawancara dengan Informan Kedua, Bapak Syarif Husen, Selaku Account Officer, Pada Hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 14.00 WIB, Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

Barat sudah melebihi target yang ditetapkan dan dana yang berhasil dihimpun adalah 3,8 M jika target terpenuhi maka akan tetap meningkatkan strateginya jika misalkan target tidak terpenuhi maka akan mengevaluasi strategi yang diterapkan dan menganalisis dimana strategi yang kurang maksimal jika sudah ditemukan maka akan diperbaiki.⁶

Dalam mengevaluasi strategi yang diterapkan yaitu dengan cara menganalisis terlebih dahulu yang menjadi pokok dari kurang maksimalnya strategi marketing yang diterapkan seperti jika pada sebelumnya BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat menggunakan banyak sekali brosur yang disebar akan tetapi dengan cara seperti itu kurang efektif dan menambah biaya operasional itu sendiri karena pada saat ini media sosial yang efektif dalam melakukan promosi mengingat teknologi sekarang sangat luar biasa dan mayoritas masyarakat menggunakannya sehingga mudah untuk diakses dan matrik khususnya adalah mengalih fokuskan promosi menggunakan media sosial dan BPRS Metro Madani juga mempunyai editor konten kreator guna supaya konten lebih menarik dan menyesuaikan dengan kebutuhan seperti nantinya konten tersebut akan diangkat ke TikTok atau yang lain dan juga mengurangi menggunakan brosur karena brosur kurang efektif serta masyarakat lebih suka membaca media dari pada membaca brosur akan tetapi brosur tetap ada tetapi tidak difokuskan.⁷

⁶ Wawancara dengan Informan Pertama, Bapak Ari Hadyan Arsyad, Selaku Kepala Cabang, Pada Hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 15.00 WIB, Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

⁷ Wawancara dengan Informan Pertama, Bapak Ari Hadyan Arsyad, Selaku Kepala Cabang, Pada Hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 15.00 WIB, Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melihat peluang dalam meningkatkan strategi pemasaran dengan cara menargetkan ke luar target sebelumnya yaitu kedaerah luar akan tetapi hanya beberapa saja tidak secara universal maka akan susah mengefektifkan dan mengendalikannya sehingga hanya beberapa saja yang masih minim pesaingnya sehingga meningkatkan jumlah tabungan dan pembiayannya

Dalam melakukan target pasar BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak ada kriteria khusus dalam melakukan target pasar dalam artian BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat pada produk tabungan wadiah dapat melayani semua segemen pasar yakni masyarakat umum serta semua lapisan masyarakat baik dari kalangan masyarakat atas hingga masyarakat kalangan bawah. Penetapan target pasar yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat cukup baik, yakni tidak membatasi target pasar untuk pproduk tabungan wadiah menerima semua lapisan masyarakat karena jika menargetkan kriteria khusus maka tidak efisien baik dari menghimpun dana atau citra dari bank itu sendiri.

Cara BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dalam melakukan persandingan bisnis dalam Positioning yaitu dengan cara memposisikan produk atau merek kamu ke dalam sasaran segmentasi yang sebelumnya sudah dibuat. Pada langkah ini kamu dapat menentukan model *marketing mix* yang dinilai paling efektif. Lakukan pertimbangan dasar yang membuat pelanggan kamu lebih memilih produk kamu bandingkan dengan kompetitor lainnya yang sejenis.

C. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti memperoleh hasil yang sesuai dengan kriteria penelitian yaitu Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Maka, peneliti memperoleh data sebagai berikut:

Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Tabungan Wadiah menggunakan 3 cara yaitu: Segmentasi, Targeting dan Positioning.

Hasil diatas sesuai dengan teori penelitian menurut Achamd Rizal bahwa susunan rencana pemasaran sebagai berikut:

Melakukan Analisis(segementasi), BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melakukan analisis terlebih dahulu untuk menentukan langkah apa yang dipilih untuk memaksimalkan strategi yang diterapkan yaitu berdasarkan geografis, karena BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat berlokasi sangat strategis yaitu dekat dengan pasar Daya Murni dan Daya Asri. Hal ini dilakukan produk jasanya akan mudah dipasarkan oleh marketing serta lebih terkontrol sehingga kegiatan pemasaran dapat berjalan lebih efektif dan efesien. BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melakukan segmentasi tersebut, kegiatan pemasaran produk tabungan wadiah dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dibidang pemasaran menghimpun dana (*Funding*) dapat

digunakan secara lebih efektif dan efisien serta dapat mengalokasikannya kepada calon nasabah. Hal ini merupakan dasar untuk menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan agar tujuan pemasaran produk tabungan wadiah tercapai.⁸

Menetapkan Tujuan dan Sasaran (targeting), setelah melakukan analisis maka akan menentukan target yang dimana target ini yang nantinya akan menjadi sasaran dan tujuan pemasaran target pasar produk tabungan wadiah pada BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak menetapkan target khusus segmen yang akan menjadi target pasarnya. Dalam hal ini BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat pada produk tabungan wadiah dapat melayani semua segmen pasar yakni masyarakat umum serta semua lapisan masyarakat baik dari kalangan masyarakat atas sehingga masyarakat kalangan bawah. Penetapan target pasar yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat cukup baik, yakni tidak membatasi target pasar untuk produk tabungan wadiah menerima semua lapisan masyarakat.

Menyusun Strategi dan Program (Positioning), yang dimana strategi ini yang akan digunakan dalam mempromosikan produk sehingga strategi dan programnya bisa menyesuaikan dengan keadaan yang ada seperti merancang produk dan citra perusahaan agar tercipta kesan atau tempat khusus berupa memaksimalkan pelayanan dan kepuasan menjaga integritas, mengutamakan menghimpun dana nasabah, menerapkan dan mengembangkan nilai-nilai

⁸ Achmad Rizal, "*Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*", (Sleman: Penerbit Deepublish, 2020), hlm. 12.

syariah universal, terus melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan pasar pesaingnya.

Selain itu BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat juga menerapkan bauran pemasaran yaitu

1. *Product* (Produk)

Produk merupakan layanan yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat kepada nasabahnya menawarkan berbagai produk yang dimiliki baik dari tabungan atau pembiayaan salah satunya yaitu tabungan wadiah. Nasabah tidak akan datang dengan sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian sehingga tertarik untuk membeli produk bank, dalam menarik minat nasabah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat menciptakan bungkus yang menarik suatu produk dalam hal ini diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabah produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat sama seperti tabungan di Bank lain. Akan tetapi dalam observasi yang dilakukan di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mempunyai ciri khas yang unik yaitu berupa memaksimalkan pelayanan dengan berkomunikasi dengan nasabah secara sopan dan menyesuaikan bahasa dari nasabah tersebut misalnya nasabah menggunakan bahasa jawa, maka pegawai akan menggunakan bahasa tersebut secara sopan dan lembut. Jika nasabah menggunakan bahasa Indonesia atau yang lain maka pegawai Bank menyesuaikan bahasa

tersebut dengan nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan.⁹

2. *Price* (Harga)

Harga produk adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa anda berikan dalam hal ini adalah biaya awal dari tabungan. Harga adalah komponen yang sangat penting dari pengertian bauran pemasaran. Bank Perlu menetapkan besarnya jasa yang harus dibayar nasabah atas pemanfaatan produk dan jasa yang digunakan dalam bentuk bunga, bagi hasil, biaya yang kompetitif sesuai dengan manfaat yang diberikan yang diterapkan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yaitu mengingat harga sangat menentukan laku atau tidaknya produk dan jasa perbankan, salah dalam menentukan harga akan beraib fatal dalam terhadap produk yang ditawarkan untuk bertahan dalam era persaingan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat menentukan harga semurah mungkin agar produk atau jasa bank dapat laku dipasaran misalkan dalam membuka rekening wadiah tanpa ada batasan minimal saldo tidak seperti yang ada pada pesaingnya sehingga tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat laku di pasaran.

3. *Place* (Tempat)

Tempat atau lokasi dan kemudahan akses sangat penting bagi nasabah. BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dengan strategi lokasi strategis yang mudah diakses nasabah dengan kendaraan umum

⁹⁹ Observasi Yang Dilakukan Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, Pada Hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 15.00 WIB.

akan lebih menarik, dibandingkan jika lokasinya jauh dari jangkauan kendaraan umum, lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank dalam hal ini BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mempunyai tempat yang strategis yaitu dekat dengan pasar Daya Murni dan Daya Asri, klinik As Syifa dan juga tempat yang ramai penduduknya. Dan juga fasilitas yang ada dalam tempat tersebut juga cukup bagus dan lengkap seperti letak parkir yang aman, keamanan disekitar gedung, tersedia tempat ibadah, suasana ruang yang terkesan luas dan elegan, ruangan yang sejuk dan nyaman, tata letak meja kursi yang rapi, dan flrksibelitas atau mudah kemana mana.

4. *Promotion* (Promosi)

Produk jasa serta layanan yang ditawarkan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat akan diketahui dan dikenal masyarakat, jika bank melakukan promosi. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan bank dengan tujuan agar produk dan jasa yang ditawarkan diketahui oleh pasar dan pasar tertarik untuk memanfaatkannya. Promosi adalah cara langsung dan tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar suka membeli suatu merek barang tertentu dalam kegiatan ini suatu bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung atau tidak langsung cara yang dilakukan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yaitu menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan berusaha menarik calon nasabah yang baru dengan melakukan periklanan,

promosi penjualan melalui pemberian bagi hasil, pemberian intensif, pemberian cindra mata, penjualan pribadi, dan hums yang berkerja sepenuhnya yang berorientasi pada nasabah serta tidak lupa menggunakan promosi digital.

5. *Physical Evidence* (Bukti fisik)

Bukti fisik adalah kondisi fisik yang diamati dan dirasakan nasabah pada saat memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Ruang front liner yang rapi dan bersih, brosur yang tertata rapi, sarana dan prasarana yang ada di Bank merupakan faktor yang dapat memengaruhi minat nasabah untuk memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan serta memengaruhi kepuasan nasabah. Dalam hal ini BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mempunyai bukti fisik yaitu transaksi ketika menabung atau melakukan pembiayaan seperti kuitansi, cek, ataupun surat keterangan ketika nasabah sudah memenuhi syarat yang ditentukan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

6. *People* (Orang atau Pegawai Bank)

Pegawai yang memberikan pelayanan produk dan jasa merupakan aspek penting dalam bauran pemasaran perbankan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat karena pegawai akan sangat menentukan karena akan dinilai baik kesopanan, pelayanan dalam melayani nasabah sehingga nasabah akan puas oleh pelayanan yang diberikan BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat dan menggunakan 5S, senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. Ketika melakukan promosi di lapangan maka pegawai

ini adalah salah satu komponen yang penting dalam melakukan pemasaran karena pegawai tersebut yang bersinggungan langsung dengan nasabah maka berhasil atau tidaknya sangat menentukan karena nasabah akan menilai bagaimana dari pelayanan serta kesopanan pegawai tersebut pegawai yang terjun ke lapangan maka akan meyakinkan nasabah dan memaksimalkan pelayanan kesopanan dan etika serta akan menarik sisi emosionalnya karena ketika sisi emosionalnya dapat maka akan lebih mudah nasabah untuk percaya kepada pegawai tersebut.

7. *Process* (Proses)

Proses merupakan aspek penting dalam BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat. Proses pengajuan tabungan hingga pembiayaan dan pencairan dana yang lama dan banyak prosedur yang harus dilalui serta menyulitkan nasabah dapat menyebabkan nasabah kecewa. Dalam pelayanan produk simpanan, aspek ini juga penting. Jika untuk mendaftar menjadi nasabah tabungan, persyaratannya banyak, isian yang harus diisi juga banyak, tentu akan membuat nasabah merasa sulit dan menghabiskan waktu yang demikian ini akan berpengaruh terhadap kepuasan sehingga BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melayani dengan sepenuh hati dan tidak menyulitkan nasabah. Akan tetapi dengan mudahnya proses tidak lepas dari keakuratan data dalam artian nasabah tetap mempersiapkan persyaratan sesuai dengan kebutuhan dan akan dibantu dalam menyiapkan data tersebut oleh pegawai bank sehingga nasabah akan merasa nyaman dan puas ketika

dilayanin dengan sepenuh hati dan proses yang tidak sulit karena BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat menganggap bawa nasabah yang merasa banyak persyaratan atau sulit karena nasabah itu sendiri kurang paham sehingga pegawai hadir disitu untuk membantu sampai selesai.

Dalam *marketing mix* (7P) terdapat strategi yang paling efektif yaitu *People* (Orang atau Pegawai Bank), karena perbankan adalah perusahaan yang menjual jasa sehingga pegawai sangat penting perannya dalam memaksimalkan strategi marketing di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat pegawai yang terjun kelapangan mempunyai kelebihan yang bisa menarik nasabah yaitu berupa meyakinkan nasabah untuk menabung di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat karena nasabah ada yang kurang percaya dan tidak yakin maka disitu lah peran dari *People* nya bagaimana bisa meyakinkan nasabah serta *people* membangun sisi emosionalnya karena ketika bisa mendapatkan sisi emosional nasabah maka nasabah akan yakin dan tertarik untuk menabung di BPRS Metro Madani serta bagian promosi dilapangan seperti brosur dan lain-lain menjadi faktor pendukung, karena ketika nasabah melihat brosur atau tertarik menabung maka calon nasabah akan bertanya kepada pegawai dan disitulah peran penting *people* atau pegawai.

Dalam mengukur efektif atau tidaknya strategi marketing yang digunakan oleh BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat,

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Rohadi selaku nasabah BPRS Metro KC Tulang Bawang Barat, mengatakan sangat tertarik menabung di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat karena pelayanannya sangat memuaskan dan terjamin keamanannya awal mula ketertarikannya menabung di BPRS Metro madani karena bertemu dengan salah satu pegawai bank dan menjelaskan dengan baik dan sabar yang awalnya tidak tahu akan bank syariah hingga menjadi paham dengan konsep bank syariah itu sendiri. Sebelumnya takut perihal riba diperbankan setelah itu baru benar-benar yakin jika perbankan syariah terlepas dari riba dan sangat puas dengan apa yang telah bank berikan kepada nasabah baik dari kualitas pelayan ataupun keamanan.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Mariana selaku nasabah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, mengatakan tertarik dalam menabung di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat yang sebelumnya menabung di bank konvensional dan beralih ke bank syariah karena pada awalnya melihat dari brosur kemudian tertarik untuk mengetahui lebih dalam terkait perbankan syariah kemudian bertanya langsung kepada narahubung yang tertera dan disitu dijelaskan secara detail dan sangat sopan sehingga mendapat kesan yang baik dalam pandangan nasabah serta pelayanannya dilakukan secara maksimal dan sangat terjamin keamanannya dan terhindar dari riba kemudian nasabah merasa sangat puas baik dari kualitas pelayanan atau keamanan dan tidak

¹⁰ Wawancara dengan bapak Rohadi selaku nasabah BPRPS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, pada 19 September 2023.

takut untuk menyimpan uangnya di BPRS Metro madani KC Tulang Bawang Barat.¹¹

Berdasarkan wawancara dengan Sumarno selaku nasabah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mengartakan bahwa bapak Sumano sangat puas dengan pelayanan BPRS Metro Madani KC Tulang Barat karena sangat sopan dan mempunyai etika dan yang sangat berkesan adalah pegawai BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat adalah mengunakan bahasa Jawa Kromo Inggil atau bahasa Jawa halus sehingga bapak sumarno mempunyai kesan tersendiri dalam memilih menabung di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat selain itu dalam pelayanannya juga sangat.¹²

¹¹ Wawancara dengan Ibu Mariana selaku nasabah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, *19 September 2023*.

¹² Wawancara dengan Surmano selaku nasabah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat, Pada Hari Kamis, 16 November 2023, Pukul 15.00 WIB, Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Tabungan Wadiah Di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat”, peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam kegiatan pemasaran produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melakukan analisis situasi, menetapkan tujuan dan sasaran, menyusun strategi dan program serta telah menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri atas 7P yaitu strategi *product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Serta menggunakan sisi emosional nasabah dan memaksimalkan pelayanan dengan tujuan kepuasan nasabah sehingga bisa menjadi strategi dalam menghadapi persaingan serta dengan menerapkan sistem jemput bola. Akan tetapi, dalam melakukan strategi pemasaran BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mempunyai kekurangan atau kelemahan yaitu pada *people* (orang/pegawai) karena BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat hanya mempunyai 3 *Account Officer* yang merangkap semua tugas, baik dari pemasaran produk pembiayaan, tabungan dan produk lainnya serta mendampingi nasabah ketika melakukan pembiayaan ataupun tabungan sehingga jika nasabahnya banyak maka akan kewalahan sehingga strategi pemasaran kurang Optimal.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat
 - a. Meningkatkan sosialisasi dan promosi menggunakan sosial media kesemua platform yang sering digunakan masyarakat disemua kalangan jangan hanya di FB, WA dan IG akan tetapi juga ke TikTok dengan konten yang menarik sehingga masyarakat tidak bosan atau monoton dalam melihat konten promosinya meningat media sosial saat ini sudah melekat dalam masyarakat di semua lapisan, serta meningkatkan pemahaman kepada masyarakat tentang produk dan jasa layanan lembaga keuangan syariah.
 - b. Dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah diperlukan penambahan *people* (orang/pegawai) sehingga bisa mengoptimalisasikan semua program yang telah tersusun baik itu dari produk pembiayaan, tabungan dan semua produk-produknya.

2. Umum

Semoga skripsi ini dapat memberikan ilmu yang bermanfaat bagi semua yang membacanya dan lebih memahami strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan wadiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Idris. *Fiqh Al-Syafi'iyah*. Jakarta: Karya Indah. 1986.
- Andi Muhammad Azmi. "Strategi Pemasaran Produk Deposito Dalam Akad Muharabah Pada BRI Syariah KC Fatmawati". Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. 2021.
- Anoraga Pandji. "Manajemen Bisnis". Jakarta: Rineka Cipta. 2009.
- Astuti Miguna dan Agni Rizkita Amanda. "Pengantar Manajemen Pemasaran". Sleman: Deepublish. 2020.
- Brief. "Edukasi Profesional Syariah, Konsep dan Implementasi Bank Syariah". Jakarta: Renaisan. 2005.
- Fathoni Abdurrahman. "Metodologi Penelitian dan Teknis Penyusunan". Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2011.
- Firli Tengku Musfar. "Manajemen Pemasaran", Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia. 2020.
- Halim, Fitria, Ardhariksi Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar Efendi, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Darwin Lie, and others. *Full Book Manajemen Pemasaran Jasa. Manajemen Pemasaran Jasa*. 2021.
- Harmoko, Irfan. Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2011.
- Ismawati. *Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panakukang Kota Makassar*. Jurnal : Al-Mashrafiyah, Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah. Vol. 3 No. 1. 2019.
- Karim, Zulkifli. Strategi Pemasaran Bank Syariah. *Jurnal*, 11. 2019.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Ed Revisi. Cet. 12. PT. RajaGrafindo Persada. 2014
- Lexy J.Moleong. "Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi". Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012.

- Mardiyanto Eko, Muhammad Kambali. *Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Jurnal: Al-Iqtishod, Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam. Vol. 9. No. 1. 2021.
- Murcitaningrum Suraya. *“Metode Penelitian Ekonomi Islam”*. Bandar Lampung: Ta’lim Press. 2012.
- Putri, Niken Sania, and Havis Aravik. *Analisis Produk Tabungan Wadi’Ah Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin’*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah. JIMPA. 2021.
- Rahmadi. *“Pengantar Metodologi Penelitian”*. Banjarmasin: Antasari Press. 2011.
- Rizal Achmad. *“Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0”*. Sleman: Penerbit Deepublish. 2020.
- Sayyid Mokhtar. *“Strategi Pemasaran Bisnis”*. Sidoarjo: Zifatma Jawara. 2020.
- Septiani, Fauziah. *Dasar – Dasar Pemasaran Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantar. 2021.
- Siyoto Sandu dan M Ali Sodik. *“Dasar Metodologi Penelitian”*. Yogyakarta, Literasi Media Publishing. 2015.
- Subendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Ed. 1. Ke. 6 2010.
- Sudjana Nana. *“Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah”*. Bandung: Sinar Baru Algesindo. 2001.
- Sugiyono. *“Metode Penelitian Kualitatif, R& D”*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Surakhmad Winarso. *“Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode, Teknik”*. Bandung: Tarsito. 1998.
- Tatik Suryani. *“Manajemen Pemasaran Strategik Bank Diera Global”*. Jakarta: Prenamedia Grup. 2017.
- Tiara Fitri, Anisa. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan Wadiah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dengan Metode SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity dan Threat)*. Skripsi : Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. 2018.
- Yusuf Muhammad dan Miah Said. *“Konsep dan Strategi Pemasaran”*. Makassar: CV. Sah Media. 2019.

LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-3135/In.28.1/J/TL.00/10/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Muhammad Ryan Fahlevi (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **MUHAMAD HADI SAPUTRA**
NPM : 1903021052
Semester : 9 (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO
MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

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, 30 Oktober 2023
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=1903021052>.

Token = 1903021052

OUTLINE

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran Pada Produk Perbankan Syariah
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Konsep Strategi Pemasaran

3. Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Jasa
- B. Produk Al-Wadiah
 1. Pengertian Produk Al-Wadiah
 2. Jenis-Jenis Produk Al-Wadiah
 3. Produk Tabungan Al-Wadiah
 4. Rukun dan Syarat Al-Wadiah

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data
- E. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani
 2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani
 3. Struktur Organisasi BPRS Metro Madani
- B. Deskripsi Hasil Penelitian
- C. Analisis Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

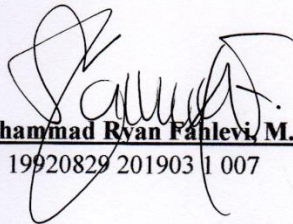
LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

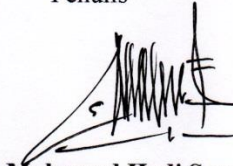
Metro, 30 Oktober 2023

Dosen pembimbing

Penulis



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



Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT

A. PETUNJUK PELAKSANAAN

1. Wawancara terstruktur
2. Selama penelitian berlangsung, peneliti mencatat dan mendeskripsikan hasil wawancara
3. waktu pelaksanaan wawancara sewaktu – waktu masih bisa dapat berubah mengikuti perkembangan situasi dan kondisi di lapangan.

B. IDENTITAS

Informan :

Alamat :

Waktu Pelaksanaan :

C. PERTANYAAN

1. Wawancara terhadap Karyawan Bank Syariah Indonesia KC Metro

- a. Bagaimana strategi marketing yang diterapkan pada produk tabungan wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat ?
- b. Apakah dalam proses pemasaran produk ditemukan kendala dalam memasarkan produk tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat ?

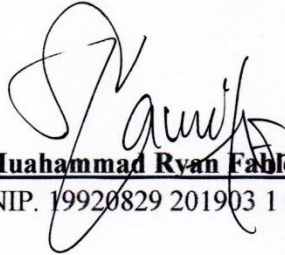
- c. Bagaimana strategi yang dilakukan ketika menghadapi permasalahan yang ada dalam proses pemasaran produk tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat ?
- d. Bagaimana BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat mengukur keberhasilan strategi pemasaran yang di terapkan?
- e. Apakah ada metrik khusus yang digunakan untuk mengevaluasi efektifitas strategi marketing di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat?
- f. Apakah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat melihat peluang untuk meningkatkan atau mengubah strategi pemasaran dalam waktu dekat?
- g. Bagaimana BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat menentukan target pasar pada produk tabungan wadiah apakah ada kriteria khusus

D. DOKUMENTASI

1. Sejarah BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat
2. Struktur BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat
3. Foto Wawancara
4. Data yang Berkaitan Dengan Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat
5. Data yang Berkaitan Dengan Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Wadiah di BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat

Metro, 30 Oktober 2023

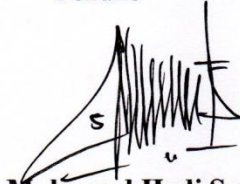
Dosen pembimbing



Muhammad Ryan Fablevi, M.M

NIP. 19920829 201903 1 007

Penulis



Muhamad Hadi Saputra

NPM. 1903021052



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

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

Nomor : B-3233/In.28/D.1/TL.00/11/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3234/In.28/D.1/TL.01/11/2023, tanggal 06 November 2023 atas nama saudara:

Nama : **MUHAMAD HADI SAPUTRA**
NPM : 1903021052
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA CABANG BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 06 November 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



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



Tulang Bawang Barat, 02 *Jumadil 'Ula 1444 H*
16 November 2023 M

Nomor : 132/06/BPRSMM/CAB.TUBA BARAT/XI/2023

Lamp. : -

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

Perihal : **Konfirmasi 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 umat nya.

Memperhatikan surat saudara dengan nomor B-3233/In.28/D.1/TL.00/11/2023 pada tanggal 06 November 2023 perihal "Izin Research" pada prinsipnya PT. BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan riset di PT BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat kepada Mahasiswa:

No	Nama	L/P	NPM	Jurusan
1	Muhammad Hadi Saputra	L	1903021052	S1 Perbankan Syari'ah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan riset, PT BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia perusahaan..

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BPR Syariah Metro Madani
Kantor Cabang Tulang Bawang Barat

PT. BPR SYARIAH
METRO MADANI
KC. TUBA BARAT

Ari Hadyan Arsyad
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

SURAT TUGAS

Nomor: B-3234/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 : **MUHAMAD HADI SAPUTRA**
NPM : 1903021052
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANI KC TULANG BAWANG BARAT".
 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 : 06 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
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-1371/ln.28/S/U.1/OT.01/12/2023

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

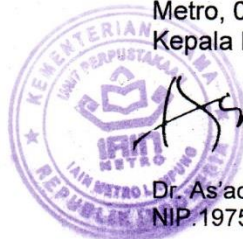
Nama : MUHAMAD HADI SAPUTRA
NPM : 1903021052
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 1903021052

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, 06 Desember 2023
Kepala Perpustakaan



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



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : MUHAMAD HADI SAPUTRA
NPM : 1903021052
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADAPRODUK TABUNGAN WADIAH DI BPRS METRO MADANIKC TULANG BAWANG BARAT** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 20%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 11 Desember 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007





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 : **Muhamad Hadi Saputra** Fakultas/Jurusan : **FEBI/Perbankan Syariah**

NPM : **1903021052** Semester/TA : **VIII(Delapan)/2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	14/2023 April	1. Tercapai atau tidaknya target 2. Targetnya berapa dan jika tidak tercapai apa kendala yang 3. TB 4. by data. 5. Pembelian buku-buku minimal 2 Jurnal skripsi 6. data sekunder siapa dan berapa.	 

Dosen Pembimbing,



Muhammad Ryan Fahlevi, M.M

NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,



Muhamad Hadi Saputra

NPM. 1903021052





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 : **Muhamad Hadi Saputra** Fakultas/Jurusan : **FEBI/Perbankan Syariah**


NPM : **1903021052** Semester/TA : **IX(Sembilan)/2023**

NO	Hari/Tgl .	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
02	13 September 2023	<ul style="list-style-type: none">- Tidak perlu menyebutkan Per Account officer- Tabel data- Seragam bank (foto dan branding)- Wawancara dengan pihak ketiga (hasil survey)	 

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007


Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



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 : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1903021052 Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl.	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3.	29 September 2023	- Validasi Keabsahan data - Penghimpunan dan target realisasi Bab I s/d III	

Dosen Pembimbing,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,

Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



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 : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1903021052

Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
4.	29 September 2023	ACC Bab I & III Persiapkan seluruh syarat administrasi turut. Sungro	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007



Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

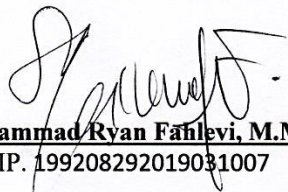
Nama Mahasiswa : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

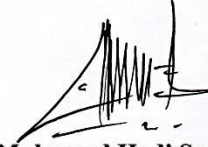
NPM : 1903021052 Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at - 01- Desember 2023	- Persarafi abstrak. - Perantem dengan - Pedoman / template penulisan skripsi - Hasil analisis ker bauran pemasaran yang telah dijalankan di lokasi penelitian, dijelaskan secara lengkap (strategi marketing)	 

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007


Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



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 : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1903021052 Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 2023 01 Desember	<p>leson pulun perlu disesuaikan lagi dari hasil pembahasan sesuai dengan hasil survei di lapangan deskriptor apa yang telah berjalan & belum berjalan</p> <p>Berikan solusi atas permasalahan sesuai daya teori yang ada agar mampu optimalkan strategi marketing</p>	

Dosen Pembimbing,

Mahasiswa Ybs,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



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 : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1903021052 Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	16 November 2023	Ace ABD & outline Lanjutan Bab IV S.A.V.	

Dosen Pembimbing,

Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,



Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052



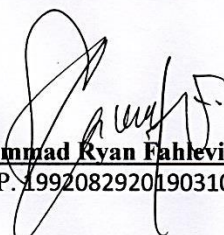
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhamad Hadi Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

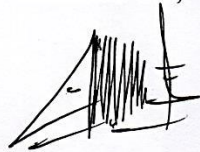
NPM : 1903021052 Semester/TA : IX(Sembilan)/2023

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	05/Desember 2023	- ACC Bab 10 s/d 11 - Persiapan berkas ada lengkap (Nota atas, persetujuan, dll). Form anggaran - turunan 25%. - Ujian Munas	 

Dosen Pembimbing,


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 199208292019031007

Mahasiswa Ybs,


Muhamad Hadi Saputra
NPM. 1903021052

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bpk. Ari Hardyan Arsyad selaku kepala cabang BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat



Wawancara dengan Dewi Lestari selaku Kepala Bagian Operasional BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat



Wawancara dengan Bpk. Syarif Husein selaku Account Officer BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat



Wawancara dengan Bpk. Dwiyanto selaku Account Officer BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat



Dokumentasi BPRS Metro Madani KC Tulang Bawang Barat



RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Muhamad Hadi Saputra dilahirkan di Muara Mas, 26 Oktober 2000 yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara dari pasangan bapak Mustakim dan Ibu Katiyem. Catatan pendidikan dimulai dari TK Perintis 2006. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 01 Muara Mas yang lulus 2013. Kemudian sekolah menengah pertama di MTS Khozinatul Ulum selesai tahun 2016. Sedangkan Sekolah Menengah Atas di MA Khozinatul Ulum Selesai pada tahun 2019. Setelah lulus penulis melanjutkan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Perbankan Syariah (S1).