

TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTHA KP METRO

Oleh:

**IFFAH RATIKHA DEVI
NPM. 14122898**



**Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H / 2018 M**

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTHA KP METRO

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:

IFFAH RATIKHA DEVI
NPM. 14122898

Pembimbing : Zumaroh, M.E.Sy

Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H / 2018 M

PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTA KP. METRO

Nama : IFFAH RATIKHA DEVI

NPM : 14122898

Program : Diploma Tiga (D-3) Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing



Zumaroh, M.E.Sy

NIP.19790422 200604 2 002



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomer: 0336 / In. 28.3 / D / PP. 00.9 / 02 / 2018

Tugas Akhir yang berjudul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTHA KP. METRO disusun oleh IFFAH RATIKHA DEVI, NPM. 14122898, Program: D-III Perbankan Syari'ah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Jum'at, 26 Januari 2018

TIM PENGUJI :

Ketua : Zumaroh, M.E.Sy
Penguji I : Liberty, S.E., M.A
Penguji II : Elfa Murdiana, M.Hum
Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I

(.....) (.....) (.....) (.....)
PANITIA MUNAQOSAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

(.....)
Elfa Murdiana Niasiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTHA KP METRO

ABSTRAK

Oleh:
IFFAH RATIKHA DEVI

Menurut Undang-Undang (UU) Perbankan No. 7 tahun 1992, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. BPR dalam melakukan kegiatannya tidak sama dengan kegiatan yang dilakukan dengan Bank Umum. Adapun bentuk kegiatan yang boleh dilakukan oleh BPR meliputi : 1). Menghimpun dana dalam bentuk simpanan tabungan dan simpanan deposito, 2). Memberikan pinjaman kepada masyarakat dalam bentuk kredit, 3). Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana. 3). Menempatkan dananya dalam bentuk sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan adalah bentuk simpanan yang bersifat liquid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan.

Pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Arisan di PT. BPR Eka Bumi Artha?”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

Jenis penelitian ini adalah *field research*, atau penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dan dokumentasi. Setelah data-data terkumpul dan dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dalam memasarkan produk Tabungan Arisan yaitu mengacu pada produk, menetapkan harga dan target pasar sesuai dengan perencanaan, memilih lokasi kantor yang strategis, serta melakukan promosi. Berdasarkan beberapa strategi pemasaran diterapkan, strategi yang paling dominan dan efektif yang digunakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dalam melakukan penjualan ataupun pemasaran produk yaitu strategi produk, harga, dan promosi, yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan publisitas.

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Iffah Ratikha Devi
NPM : 14122898
Jurusan : Diploma III Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Januari 2018
Yang Menyatakan,



Iffah Ratikha Devi
NPM. 14122898

MOTTO

.... نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ ١٤٣

Artinya: Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar, (Q.S Al-An'am: 143)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: CV. Penerbit J-Art, 2004), h. 208

PERSEMBAHAN

Tidak ada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, saya persembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kedua Orang Tuaku tersayang (ibu Umayah Khotijah dan Ayah Sutriyanto) yang telah mendidikku sejak kecil dengan penuh kasih sayang dan telah mendoakan akan keberhasilanku.
2. Bapakku Hari dan Oomku Andi Darmawan yang tiada henti mendoakan dan memberi support kepadaku.
3. Sahabat-sahabtku D3 Perbankan Syariah angkatan 2014 khususnya kelas A yang selalu memberikan motivasi dan memberi warna disetiap langkahku dalam menempuh pendidikan di IAIN Metro.
4. Almamater DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Terimakasih saya ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam mencurahkan cinta, kasih sayang dan doanya untuk saya. Terimakasih untuk bantuan kalian semua. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, rahmat serta pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) pada jurusan DIII Perbankan Syariah di IAIN Metro ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang semoga kelak kita diakui sebagai umatnya serta mendapat syafaat dari beliau.

Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Dalam upaya penyelesaian Tugas Akhir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

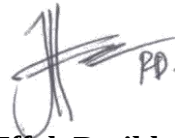
1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Zumaroh, S.E.I,M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan DIII Perbankan Syariah IAIN Metro sekaligus dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta pikiran dalam membimbing, mengarahkan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen, para Staff Karyawan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

5. Pemimpin dan Karyawan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro yang telah memberikan informasi, data, refrensi, dan lain-lain.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan perbankan syariah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, Januari 2018
Penulis



Iffah Ratikha Devi
NPM. 14122898

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Metode Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan	9
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 11
A. Strategi Pemasaran	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran	11
2. Konsep Pemasaran.....	12
3. Macam-macam Strategi Pemasaran.....	16
4. Penyebab Timbulnya Strategi Pemasaran	21
B. Tabungan	23
1. Pengertian Tabungan	23
2. Dasar Hukum Tabungan	25
3. Jenis-jenis Tabungan	28

BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
	A. Profil PT. BPR Eka Bumi Artha.....	32
	1. Sejarah PT. BPR Eka Bumi Artha	32
	2. Visi dan Misi PT. BPR Eka Bumi Artha.....	33
	3. Struktur Organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha	34
	4. Produk-produk Pendanaan PT. BPR Eka Bumi Artha.....	36
	B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Arisan	
	PT. BPR Eka Bumi Artha	42
BAB IV	PENUTUP	52
	A. Kesimpulan	52
	B. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Perkembangan Tabungan Arisan dari Tahun 2014 Hingga 2016	1
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha Metro	35
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2 Alat Pengumpulan Data (APD)
- Lampiran 3 Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
- Lampiran 5 Brosur Produk-Produk PT. BPR Eka Bumi Artha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang (UU) Perbankan No. 7 tahun 1992, Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Sedangkan pada UU Perbankan No.10 tahun 1998, disebutkan bahwa BPR adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah.¹

Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan Prinsip Syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR Konvensional, yang operasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²

BPR dalam melakukan kegiatannya tidak sama dengan kegiatan yang dilakukan dengan Bank Umum. Adapun bentuk kegiatan yang boleh dilakukan oleh BPR meliputi : 1). Menghimpun dana dalam bentuk simpanan tabungan dan simpanan deposito, 2). Memberikan pinjaman kepada

¹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h.93

² *Ibid.*

masyarakat dalam bentuk kredit, 3). Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana. 4). Menempatkan dananya dalam bentuk sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito.³

Menurut undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴ Tabungan adalah bentuk simpanan yang bersifat liquid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan.

PT. BPR Eka Bumi Artha (selanjutnya disebut 'Bank Eka') yang memiliki kantor Pusat di Metro, telah mampu membuka sepuluh kantor cabang di berbagai daerah. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Eka telah mampu bersaing dan berpartisipasi aktif pada banknya. Beberapa produk yang dimiliki juga mendapat respon yang baik dari masyarakat. Misalnya pada produk Tabungan Arisan, produk ini merupakan kombinasi dari arisan dan tabungan, dimana peserta yang keluar sebagai pemenang dibebaskan dari kewajiban setoran dan tidak diikutsertakan kembali dalam seleksi berikutnya karena kepesertaannya dinyatakan berakhir.⁵ Berikut data presentase perkembangan Tabungan Arisan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro :

³ Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 198

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h.69

⁵ Dokumentasi PT. BPR Eka Bumi Artha dikutip pada tanggal 26 Mei 2017

Tabel 1.1
Presentase Perkembangan Tabungan Arisan
dari tahun 2014 hingga 2016

No.	Tahun	Jumlah Saldo	Prosentase
1.	2014	113.356	0,83%
2.	2015	116.454	2,73%
3.	2016	148.464	27,50%

Sumber: PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro

Dilihat dari tabel diatas presentase kenaikan jumlah nasabah produk tabungan arisan mengalami kenaikan yang signifikan dari tahun 2014 sampai 2016. Kenaikan ini membuktikan bahwa peminat produk tabungan arisan PT. BPR Eka Bumi Artha sangatlah banyak. Bagi PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro, meskipun perkembangan jumlah nasabah terus meningkat mereka harus tetap mempertahankan atau bahkan meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Arisan, maka dengan waktu promosi yang cukup lama bagaimana para staf marketing melakukan atau mencari strategi pemasaran yang tepat agar masyarakat lebih tertarik lagi menggunakan produk tabungan arisan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah penulis tertarik untuk meneliti tentang strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan arisan ini, yang mana pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro produk tabungan ini peminatnya sangat banyak dan jumlah nasabah terus meningkat. Penulis ingin mengetahui apakah strategi pemasaran yang digunakan pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk membahas strategi pemasaran yang sudah dilakukan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro. Berdasarkan penjelasan diatas penulis menuangkan hasil

penelitian dalam tugas akhir ini dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Arisan Pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan Arisan di PT. BPR Eka Bumi Artha?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir ini memiliki tujuan dan manfaat bagi banyak pihak, diantaranya adalah sebagai berikut

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca, terutama dalam hal strategi pemasaran produk tabungan.
- b. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian lebih lanjut pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro agar dapat memecahkan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran tabungan arisan.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Yakni pengamatan langsung ke objek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.⁶ Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau dilokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagaimana terjadinya di lokasi tersebut.⁷ Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro yang beralamat di Jln. Jend. Ahmad Yani No. 70, Yosorejo Kec. Metro Timur, Kota Metro, Lampung.

b. Sifat Penelitian

Penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis tugas akhir ini menggunakan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Husein Umar deskriptif kualitatif adalah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari gejala tertentu.⁸ Sedangkan penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 7

⁷ Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h.96

⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h.22

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁹

Adapun penulisan adalah deskriptif kualitatif yaitu pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir subjek penelitian yang tidak diukur dalam data numerik.¹⁰ Artinya, dalam penelitian ini hanya membrerikan gambaran mengenai strategi pemasaran pada produk Tabungan Arisan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro. Jadi yang dimaksud dengan penelitian deskriptif ini berupa keterangan bukan berupa hitungan angka-angka.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang penulis pergunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan kepada pengumpul data.¹¹ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari bagian Funding Assistant, dan Assistant Operasional.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder biasanya telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen, misalnya data mengenai keadaan demografi suatu daerah, data mengenai produktifitas suatu perguruan tinggi, data

⁹ Lexy J, Moleong, *Metodelogi Penelitian*, h. 4.

¹⁰ Mudrajad Kuncono, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 8

¹¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.62

mengenai persediaan pangan suatu daerah dan lain sebagainya.¹² Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang penulis dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini sehingga sumber data primer lebih lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah artikel dari blog resmi Bank Eka, brosur dan buku-buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran “Manap Abdul, 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran, Jakarta: Mitra Wacana Media. Herry Sutanto dan Khaerul Umam, 2013. Manajemen Pemasaran, Bandung: Pustaka Setia, dan lain sebagainya.”

3. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yaitu sesuai dengan data pencarian data dengan teknik ini, dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai. Mengenai teknik ini penulis mengajukan pertanyaan kepada pihak-pihak terkait dengan maksud melengkapi data yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan

¹² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h.39

Arisan pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro. Metode wawancara ini ditujukan kepada bagian *funding assistant* (FA), dan *assistant operasional* di PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

b. Dokumentasi

W. Gulo mengemukakan bahwa metode dokumentasi adalah “catatan tulisan tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu”.¹³ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, metode dokumentasi adalah “metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen berupa buku-buku, majalah-majalah, peraturan-peraturan notulen rapat, catatan harian dan sebagiannya”.¹⁴

Guna mendapatkan deskripsi yang lengkap dari obyek yang diteliti, dipergunakan alat pengumpul data berupa dokumentasi sebagai sarana pengumpul data terutama ditujukan kepada dokumen PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro yang termasuk kategori-kategori dokumen-dokumen lain, seperti sejarah PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro, visi dan misi PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro, dan struktur organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

4. Teknik Analisis Data

Bogdan dan Bikle mengungkapkan analisis data adalah kegiatan mengubah data hasil penelitian menjadi informasi yang dapat digunakan

¹³ W. Gulo, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 123

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 231.

untuk mengambil kesimpulan dalam suatu penelitian.¹⁵ Teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian.

Penelitian kualitatif didasarkan pada deskripsi yang jelas dan detail, karena menjawab pertanyaan apa, mengapa, dan bagaimana serta data yang diperoleh dari penelitian ini berupa kata-kata, gambar dan bukan angka.¹⁶ Berfikir induktif adalah suatu cara berfikir yang berawal dari fakta yang khusus dan konkrit kemudian dari fakta dan peristiwa tersebut ditarik kesimpulan..

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam hal ini penulis menuguraikan sub bab yang meliputi latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan sdan manfaat penelitian, metode penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai strategi pemasaran meliputi pengertian strategi pemasaran, konsep pemasaran, macam-macam strategi pemasaran, penyebab timbulnya strategi pemasaran. Dan

¹⁵ Lexi J.Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2004), h.248

¹⁶ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), h.40

sub bab dari tabungan meliputi pengertian tabungan, dasar hukum tabungan, jenis-jenis tabungan.

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan profil PT. BPR Eka Bumi Arta KP Metro, dan strategi pemasaran produk tabungan arisan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil analisa data yang dilakukan pada bab terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi Pemasaran

Strategi adalah rencana permainan untuk mencapainya. Setiap bisnis harus merancang strategi untuk mencapai tujuannya, yang terdiri atas strategi pemasaran, strategi teknologi, dan strategi penetapan sumber yang cocok.¹

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi, dan distribusi dari ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individual dan organisasional.

Sedangkan Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.²

Berdasarkan konsep diatas, dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan

¹ Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 60

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000). Cet ke-2 h. 215

dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan serta memperoleh hasil yang optimal.

2. Konsep Pemasaran

Konsep inti dari pemasran antara lain: keinginan, kebutuhan, produksi, permintaan, nilai, utilitas, kepuasan, transaksi dan interaksi, pemasaran dan pasar. Dalam konsep pemasaran, ada 6 konsep yang berkembang, yaitu³:

a. Konsep Produksi

Konsep produksi menegaskan bahwa konsumen akan memilih produk yang tersedia secara luas dan tidak mahal. Manajer dari bisnis yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi massal. Produsen tipe ini akan mendistribusikan hasil produksinya keseluruhan pelosok agar mudah diperoleh konsumen. Konsep ini merupakan konsep awal dari produsen untuk menguasai pasar. Dalam konsep ini fokus utamanya adalah distribusi dan harga.

b. Konsep Produk

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau kelengkapan inovatif yang terbaik. Para manajer di organisasi semacam ini berfokus untuk membuat produk yang lebih unggul dan terus menerus

³ Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004), h.21

memperbaikinyakonsep ini berpandangan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang memberikan kualitas terbaik. Penganut konsep ini akan berorientasi pada upaya penciptaan produk yang kualitasnya sempurna. Dalam konsep ini fokus utamanya adalah aspek produk.

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen dan bisnis jika dibiarkan begitu saja, tak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi tertentu. Dengan demikian, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif. Konsep ini menganggap bahwa konsumen umumnya menunjukkan kelambanan atau penolakan untuk membeli dan harus diyakinkan untuk membeli.⁴ Konsep ini juga menganggap bahwa perusahaan memiliki perangkat alat penjualan dan promosi efektif untuk merangsang pembeli yang lebih banyak.

Dalam konsep ini perusahaan menekankan upayanya pada fungsi penjualan yang dilakukan. Masalah pokoknya bukan terletak pada produksinya, tetapi pokok permasalahannya adalah memastikan bahwa produksinya terjual dalam jumlah yang banyak.

d. Konsep Pemasaran

Disini produsen tidak hanya membuat produk, tidak juga asal melakukan promosi. Tapi produsen memusatkan perhatian pada selera konsumen, produsen memperhatikan *needs* dan *wants* dari konsumen.

⁴ *Ibid*, h.23

Jadi produsen tidak hanya memperhatikan kebutuhan konsumen saja, tetapi juga memperhatikan keinginan konsumen. Konsumen juga tidak hanya sekedar membeli fisik produk, tetapi mengharapkan sesuatu dari produk itu. Ini adalah hal yang disebut dengan wants, yaitu sesuatu yang lain yang diharapkan setelah membeli produk tersebut. Jika hal ini dapat terpuaskan maka kegiatan marketing perusahaan akan mencapai sukses.

e. Konsep Pemasaran Global (Global Marketing Concept)

Pada konsep ini, manajer eksekutif berusaha memahami semua faktor-faktor lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap, dengan tujuan akhirnya adalah berusaha untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlihat didalam perusahaan termasuk *stakeholder*⁵.

Tugas manajer pemasaran dimulai jauh sebelum produk dihasilkan dan tidak akan sampai produk terjual. Jadi tugas-tugasnya itu antara lain:

- 1) Mempelajari apa kebutuhan dan keinginan konsumen
- 2) Mengembangkan konsep produk untuk memuaskan konsumen
- 3) Merencanakan dan mengatur distribusi
- 4) Menggunakan mass media untuk komunikasi pemasaran
- 5) Memperhatikan kepuasan konsumen

⁵ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h.21

- 6) Memperbaiki dan mengembangkan rencana pemasaran yang didasarkan pada data terkumpul.

Dengan demikian, seorang manajer pemasaran merupakan bagian penting dalam perusahaan. Perannya pada perusahaan sangat dibutuhkan karena seorang manajer pemasaran juga merupakan seorang peneliti, psikolog-sosiolog (ekonomi-komunikasi-ahli hukum, dan sebagainya). Seorang manajer pemasaran juga harus bisa menjadi peneliti untuk mengetahui apakah yang menjadi kebutuhan konsumennya, memperhatikan kepuasan konsumen, serta memperbaiki dan mengembangkan pemasaran produk jasanya.

f. Konsep Pemasaran Sosial

Konsep ini berkeyakinan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diharapkan lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sehingga bisa mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.⁶

Tujuan utama dari konsep pemasaran adalah memaksimalkan kepuasan konsumen yang merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan sehingga semua kegiatan perusahaan, baik produksi, teknik, keuangan maupun pemasaran selalu diarahkan pada upaya untuk memenuhi selera konsumen dan memuaskan kebutuhan mereka agar diperoleh keuntungan yang layak dalam jangka

⁶ Melayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksa, 2004), h.147

panjang. Jadi dalam hal ini pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen agar memperoleh keuntungan.

3. Macam-macam Strategi Pemasaran

Macam-macam strategi pemasaran yaitu sebagai berikut:

a. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.

Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.⁷

Program pemasaran berupa bauran pemasaran yakni *Product, Price, Place, dan Promotion*:

- 1) *Product* (Produk), mencakup kombinasi antara barang dan jasa / layanan yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.

⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 14

- 2) *Price* (Harga), yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk.
- 3) *Place* (Tempat atau Saluran Distribusi), meliputi logistik perusahaan dan aktivitas pemasaran berkenaan dengan penyediaan dan pendistribusian produk akhir kepada konsumen akhir.
- 4) *Promotion* (Promosi), berupa aktivitas komunikasi dengan pelanggan sasaran dalam rangka menginformasikan, mengingatkan kembali, dan/atau membujuk mereka untuk membeli produk.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa 4P sebagai bagian dari bauran pemasaran memiliki peran penting untuk sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Perhitungan dan perencanaan jumlah produk jasa yang diproduksi, harga yang harus dibayar oleh konsumen untuk produk yang diproduksi, tempat untuk pemasaran produk jasa, serta promosi yang sesuai dan tepat harus disiapkan secara matang agar menghasilkan respon yang sesuai yang diinginkan pasar sasaran.

b. Pemasaran Jasa

Untuk pemasaran jasa pada bauran pemasaran perlu dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu orang (*people*), Fasilitas fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*), sehingga menjadi 7P.⁸ Masing-masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama

⁸ Fandy Tijipyo dan Anantasia Diana, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 20

lainnya dan mempunyai suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya.

1) Produk Jasa (*The Service Product*)

Produk jasa menurut Kotler merupakan “segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan”. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi, dan ide. Jadi produk dapat berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.⁹

2) Harga (*Price*)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan di dalam penentuan nilai/manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa. Strategi penentuan tarif dalam perusahaan jasa dapat menggunakan penentuan tarif premium pada saat permintaan tinggi dan tarif diskon pada saat permintaan menurun.

3) Tempat / Lokasi Pelayanan (*Place / Service Location*)

Untuk produk industri manufaktur *place* diartikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk produk industri jasa, *place*

⁹ Philip Kotler Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.

diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana jasa akan diserahkan, sebagai bagian dari nilai dan manfaat dari jasa.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

5) Orang (*People*)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”. Elemen-elemen dari orang (*people*) adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*).

6) Bukti Fisik (*Physical evidence*)

Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan jasa dimana layanan diciptakan dan di mana penyedia jasa dan pelanggan berinteraksi, ditambah unsur-unsur berwujud yang ada yang dipakai untuk berkomunikasi atau mendukung peran jasa.¹⁰ Dalam bisnis jasa, pemasar harus berusaha mengimbangi dimensi ketidakterwujudannya dengan menyediakan petunjuk-petunjuk fisik untuk menguatkan *positioning* dan citra dan mengembangkan *product surround*.

7) Proses (*Process*)

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen,

¹⁰ *Ibid*, h429

maka kualitas jasa dapat dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Seperti yang telah dipaparkan diatas, dapat dijelaskan bahwa selain elemen 4P pada bauran pemasaran diperlukan penambahan unsur non-traditional marketing mix pada pemasaran jasa sehingga menjadi 7P. Dari 4P yang sudah ada, 3P diantaranya yaitu: *people*, *physical evidence*, dan *proses*. Ketujuh unsur bauran pemasaran ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena saling berhubungan satu sama lain serta memiliki suatu bauran yang optimal sesuai karakteristik segmentasinya. Dari sini perusahaan dapat dinilai kualitas jasanya yang dapat dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya serta dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan pasar sasaran.

4. Penyebab Timbulnya Strategi Pemasaran

Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab timbulnya strategi pemasaran, yaitu:

a. Faktor Internal Perusahaan

Analisa yang dilakukan dalam strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yaitu meliputi keuangan, pemasaran, produksi, serta organisasi dan sumber daya manusia.

b. Faktor Eksternal Perusahaan

Faktor eksternal perusahaan adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan, seperti faktor demografi, faktor sosial dan politik, faktor ekonomi, dan faktor ilmu pengetahuan dan teknologi.¹¹

Lingkungan pemasaran perusahaan terdiri dari pelaku-pelaku dan kekuatan yang mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi-transaksi dan hubungan menguntungkan dengan pelanggan sasaran.

Pengaruh lingkungan internal bersumber dari dalam perusahaan yang secara langsung akan berpengaruh pada kinerja perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan lingkungan eksternal perusahaan berasal dari luar perusahaan baik yang sangat dekat dengan perusahaan maupun yang agak jauh, dan secara langsung atau tidak langsung akan mempengaruhi kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lingkungan yang mempunyai pengaruh dekat dengan perusahaan atau disebut dengan lingkungan pesaing. Sedangkan lingkungan yang mempunyai pengaruh jauh adalah lingkungan yang terdiri dari kekuatan fundamental berskala besar yang membentuk dan acaman terhadap perusahaan.

¹¹ Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran Teknik Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.154

B. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Tabungan (*saving* eposit) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota samapi pedesaan.¹² Menurut undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.¹³ Tabungan adalah bentuk simpanan yang bersifat liquid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan.

Dalam fiqih Islam, tabungan disebut dengan titipan atau dikenal dengan prinsip *al-wadi'ah*. *Al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari suatu pihak kepihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati.¹⁴

Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang

¹² Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Karisma Putra Utama, 2010), Cet. Ke-1, h. 67

¹³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h.69

¹⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.85

atau barang titipannya, sedangkan Bank bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut dengan catatan pihak Bank menjamin akan mengembalikan dana tersebut secara utuh.

Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung dari persyaratan bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat digunakan sendiri-sendiri atau secara bersamaan. Alat-alat yang dimaksud adalah:

Pertama buku tabungan, kepada setiap penabung biasanya diberikan buku tabungan. Di dalam buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada di buku tabungan.

Kedua slip penarikan, merupakan formulir penarikan di mana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening jumlah uang serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

Ketiga kartu yang terbuat dari plastik, yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik uang yang ada di bank maupun di automated teller machine (ATM). ATM ini biasanya tersebar di tempat-tempat yang strategis. Kepada nasabah pemegang kartu ATM akan diberikan nomor

PIN atau kata sandi yang digunakan setiap kali penarikan uang dari ATM. Dewasa ini ATM dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri.

Keempat kombinasi, yaitu penarikan tabungan dapat dilakukan kombinasi antara buku tabungan dengan slip penarikan.¹⁵

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa tabungan adalah bentuk simpanan yang dapat digunakan untuk semua kalangan dengan mudah dan aman, serta setoran awal yang ringan. Karena tabungan adalah bentuk simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkannya. Tabungan mempunyai beberapa alat yang dapat digunakan untuk memudahkan nasabah menarik uangnya sewaktu-waktu, yaitu: ATM (Anjungan Tunai Mandiri), buku tabungan, dan slip penarikan.

2. Dasar Hukum Tabungan

Pengaturan usaha Bank diatur dalam Pasal 6 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh Bank Umum adalah sebagai berikut¹⁶:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa giro, deposito berjangka, sertifikat deposito, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu
- b. Memberikan kredit
- c. Menerbitkan surat pengakuan utang

¹⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), h.64-65

¹⁶ Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.21

- d. Membeli, menjual, atau menjamin atas resiko sendiri maupun untuk kepentingan dan atas perintah nasabahnya, seperti: surat wesel, obligasi, sertifikat Bank Indonesia (SBI), surat dagang berjangka, dan surat berharga lainnya
- e. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah
- f. Menempatkan dana pada, meminjam dana dari, atau meminjamkan dana kepada bank lain, baik dengan menggunakan surat sarana telekomunikasi maupun dengan wesel unjuk, cek, atau sarana lainnya
- g. Menyediakan tempat untuk menyimpan surat berharga
- h. Melakukan kegiatan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu kontrak.

Selain kegiatan yang dapat dilakukan oleh Bank Umum, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan telah pula menentukan mengenai kegiatan usaha yang dilarang untuk dilakukan oleh Bank Umum sebagaimana diatur dalam Pasal 10, yaitu:

- a. Melakukan penyertaan modal
- b. Melakukan usaha perasuransian
- c. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha

Berbeda halnya dengan Bank Umum yang bisa melakukan berbagai kegiatan usaha, maka pada Bank Perkreditan Rakyat kegiatan usaha yang dapat dilakukannya terbatas, usaha Bank Perkreditan Rakyat hanya meliputi:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu
- b. Memberikan kredit
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana sesuai dengan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia
- d. Menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain

Berkaitan dengan itu, Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mengatur juga mengenai kegiatan usaha yang dilarang dilakukan oleh Bank Perkreditan Rakyat, yaitu:

- a. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran
- b. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing
- c. Melakukan penyertaan modal
- d. Melakukan kegiatan perasuransian
- e. Melakukan kegiatan usaha lain diluar kegiatan usaha

Pasal 16 ayat (1) menyebutkan, setiap pihak yang melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan wajib terlebih dahulu memperoleh izin usaha sebagai Bank Umum atau Bank Perkreditan Rakyat dari pimpinan Bank Indonesia, kecuali apabila

kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dimaksud diatur dengan undang-undang tersendiri¹⁷.

Dalam ketentuan Pasal 16 ayat (1) diatas, terkandung arti bahwa kegiatan menghimpun dana dari masyarakat oleh siapapun pada dasarnya merupakan kegiatan yang perlu diawasi, mengingat dalam kegiatan itu terkait kepentingan masyarakat yang dananya disimpan pada pihak yang menghimpun dana tersebut. Sehubungan dengan itu dalam ayat ini ditegaskan bahwa kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan hanya dapat dilakukan oleh pihak yang telah memperoleh izin usaha sebagai Bank Umum atau Bank perkreditan Rakyat.

3. Jenis-Jenis Tabungan

Ada beberapa jenis-jenis tabungan di Indonesia, antara lain sebagai berikut¹⁸:

a. Tabungan Konvensional

Tabungan konvensional adalah jenis tabungan yang dimiliki hampir oleh seluruh masyarakat Indonesia. Tabungan ini paling populer karena cara untuk mengajukannya mudah dan prosesnya sangat cepat. Ciri-ciri dari tabungan konvensional adalah dana yang

¹⁷ *Ibid*, h.25

¹⁸ Kompas, "Yuk Kenali Jenis-jenis Tabungan di Indonesia", dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/05/23/074400326/Yuk.Kenali.Jenis-Jenis.Tabungan.di.Indonesia>, diakses pada tanggal 04 Desember 2017

disimpan dapat diambil kapan saja dan tidak ada batas waktu penyetoran.

Nasabah tabungan konvensional mendapat bunga dari tabungannya berkisar 0,5 hingga 2 persen. Nasabah juga dikenai biaya administrasi yang berbeda antara satu bank dan bank lain.

b. Tabungan Investasi

Tabungan ini bersifat untuk penampungan uang yang akan digunakan khusus untuk membeli saham dan juga menyimpan laba hasil transaksi saham tersebut.

c. Tabungan Anak

Tabungan anak adalah tabungan yang diperuntukkan untuk anak-anak guna mengedukasi anak-anak agar belajar lebih hemat terhadap uang yang mereka miliki. Bank menyediakan tabungan khusus anak dengan tampilan yang menarik.

Anak-anak yang menabung dengan tampilan buku tabungan dan kartu ATM yang sesuai usia mereka, tentunya akan lebih senang dan semangat untuk menabung. Saldo setoran untuk anak juga cenderung ringan.

d. Tabungan Haji

Ibadah ke tanah suci adalah impian hampir semua orang yang beragama islam. Untuk memudahkan mewujudkan impian tersebut, bank juga menyediakan tabungan haji, untuk memudahkan nasabahnya berangkat haji dalam jangka waktu tertentu.

Untuk jenis tabungan ini, biasanya nasabah diwajibkan untuk menyetor uang sekitar Rp 100 ribu hingga Rp 500 ribu per bulan. Saat uang yang ditabungkan sudah berhasil terkumpul sekitar Rp 25 juta - Rp 30 juta, nasabah sudah bisa mendaftar ke kementerian agama. Fasilitas yang diberikan untuk tabungan ini adalah asuransi jiwa dan asuransi kecelakaan diri.

e. Tabungan Mata Uang Asing

Tabungan ini sama dengan tabungan investasi. Hanya bedanya menggunakan mata uang asing. Investasi mata uang asing sangat bermanfaat karena saat terjadi kenaikan nilai mata uang negara tersebut, saat ditukarkan nasabah akan mendapatkan keuntungan dari investasi tersebut.

f. Tabungan Berjangka

Tabungan berjangka adalah bentuk tabungan yang mempunyai jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu tertentu dan bunganya lebih tinggi daripada tabungan.. Untuk jangka waktu tabungan berjangka atau deposito ini, tersedia dalam jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan hingga 12 bulan. Bunga yang dikenakan untuk deposito relatif tinggi, yaitu antara 3 persen hingga 7 persen¹⁹.

g. Tabungan Giro

Tabungan giro adalah bentuk tabungan yang pengambilan dananya menggunakan cek. Biasanya digunakan oleh perusahaan atau

¹⁹ M. Al Arif Nur Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.36

yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam tabungan giro meskipun pihak bank tidak memberikan bunga, namun pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan diawal, tergantung kebaikan pihak bank sendiri.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa setiap jenis tabungan memiliki fungsi dan peranannya masing-masing. Dari berbagai jenis tabungan tersebut terdapat keunggulan dari masing-masing produk, itu diciptakan agar nasabah dapat memilih sesuai kebutuhan mereka.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPR Eka Bumi Artha

1. Sejarah BPR Eka Bumi Artha

Bank Perkreditan Rakyat Eka Bumi Artha (selanjutnya disebut "Bank Eka") pada awalnya merupakan sebuah Bank Pasar Kosgoro yang didirikan pada awal tahun 1967 dan belum berbadan hukum karena ketentuan yang mengatur tentang usaha bank pasar pada waktu itu belum ada. Sejalan dengan telah diundangkannya Undang-undang Perbankan Nomor 14 Tahun 1967, maka pada tanggal 6 Agustus 1970 Menteri Keuangan mengirim surat pada Direksi Bank Indonesia Nomor B.331/MK/IV/1970 tentang Pendirian Bank-bank desa dan bank-bank pasar.¹

Selanjutnya pada tanggal 21 Januari 1971 Bank Indonesia mengeluarkan Surat Edaran Bank Indonesia Nomor 3/829/UPPB/PpB yang berisi pedoman-pedoman sementara mengenai usaha bank pasar. Berdasarkan surat kedua dari kedua pejabat otoritas moneter tersebut, para pendiri Bank Pasar Kosgoro sepakat untuk melanjutkan usaha bank pasar yang sesuai dengan ketentuan pemerintah yang mengatur bank pasar tersebut. Para pendiri sepakat untuk mengubah Bank Pasar Kosgoro menjadi bank yang sesuai dengan aturan tersebut dengan nama Bank Pasar Eka Karya. Pada hari senin tanggal 28 Agustus 1972 dihadapan Notaris

¹ Dokumentasi PT. BPR Eka Bumi Artha

Halim Kurniawan dengan dihadiri delapan anggota sebagai saksi, maka berdirilah Perseroan Terbatas Bank Pasar Eka Karya yang terutang dalam Akta Notaris Nomor 49. Akta tersebut didaftarkan di kepaniteraan Pengadilan Negeri Metro dengan Nomor 08/1974/P.N.M. Berdasarkan Akta Notaris tersebut. Maka diajukanlah permohonan kepada Menteri Keuangan untuk memperoleh izin Bank Pasar. Selanjutnya Bank Pasar Eka Karya memperoleh persetujuan dari Menteri Keuangan Republik Indonesia berupa Surat Keterangan Menteri Keuangan Nomor Kep-149/DJM/III.3/3/1973 tentang melanjutkan usaha sebagai Bank Pasar.²

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan No. 16 tanggal 14 April 1998, PT Bank Pasar Eka Bumi Artha berubah nama menjadi PT Bank Perkreditan Rakyat Eka Bumi Artha. Pada 1 Juli 2002 PT BPR Eka Bumi Artha melakukan merger dengan PT BPR Intidaya Masyarakat dan PT BPR Artha Masyarakat.

2. Visi dan Misi PT. BPR Eka Bumi Artha

a. Visi PT. BPR Eka Bumi Artha

Menjadi Bank terbaik dan membanggakan dalam pembiayaan mikro, kecil, dan menengah.

b. Misi PT. BPR Eka Bumi Artha

Dalam mewujudkan visi Bank Eka tersebut di atas, Bank Eka mengemban misi sebagai berikut³:

² Dokumentasi PT. BPR Eka Bumi Artha

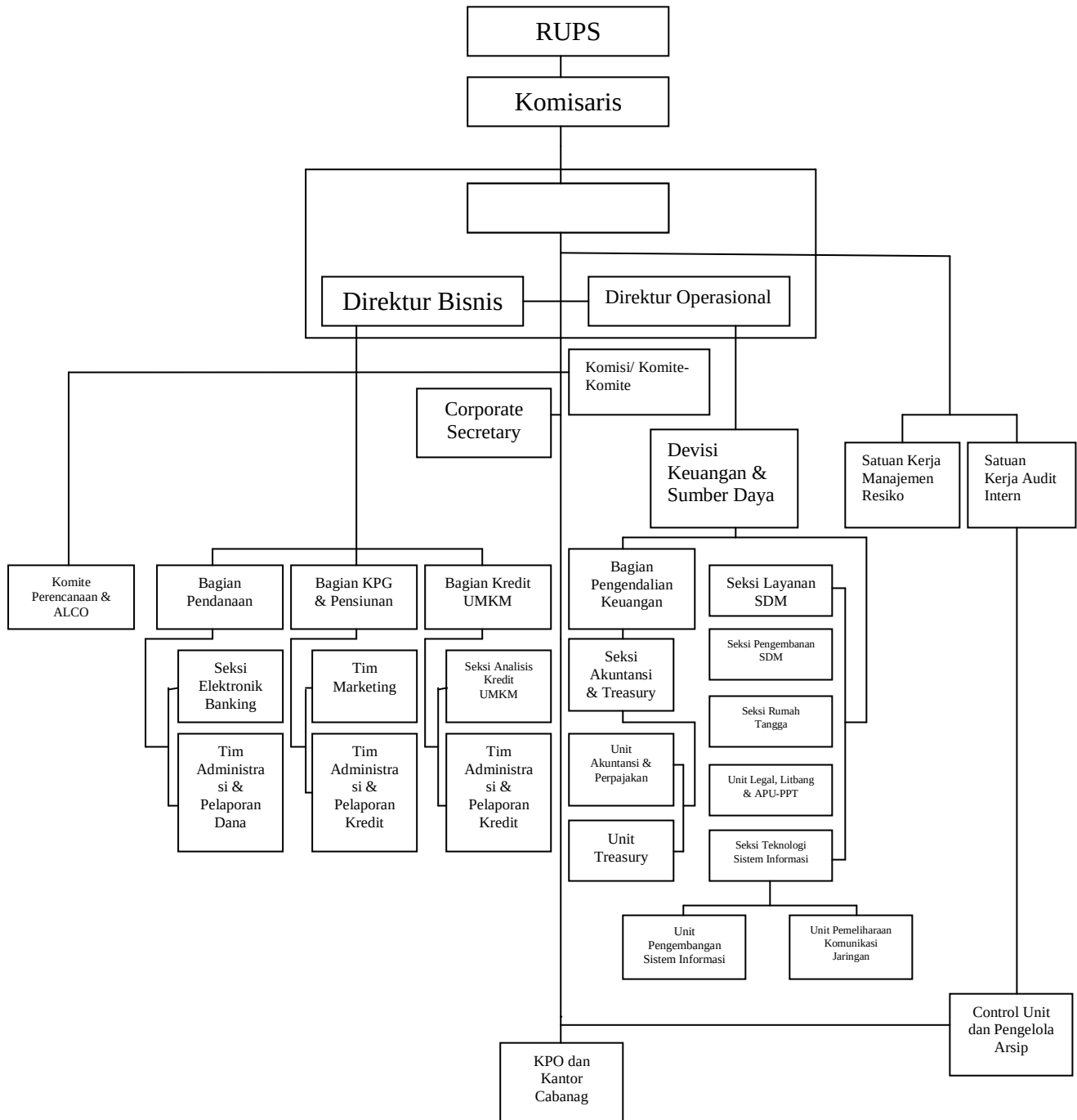
³ Dokumentasi PT. BPR Eka Bumi Artha

- 1) Melayani pembiayaan mikro, kecil, dan menengah yang inklusif dan humanis untuk kemandirian masyarakat.
- 2) Menyediakan produk dan jasa keuangan berdaya saing tinggi untuk kualitas hidup masyarakat yang lebih sejahtera.
- 3) Memperkuat permodalan berkesinambungan untuk peningkatan kualitas dan kapasitas layanan.
- 4) Membangun sumberdaya manusia yang berakhlak mulia, Loyal dan unggul melalui budaya bekerja untuk belajar dan visioner dalam berkarier.
- 5) Memperluas jaringan layanan berbasis teknologi informasi perbankan yang handal.

3. Struktur Organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha

PT. BPR Eka Bumi Artha merupakan Bank Perkreditan Rakyat yang terdiri atas PT. BPR Eka Bumi Artha Kantor pusat, PT. BPR Eka Bumi Artha Kantor Cabang dan PT. BPR Eka Bumi Artha Kantor Kas. Semua produk dan layanan yang diberikan sama antara Kantor Pusat dan Kantor Cabang, yang membedakan hanyalah memberikan kewenangan dan memberikan keputusan. Berikut ini gambar struktur organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro.

Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha Metro⁴



⁴ Dokumentasi PT. BPR Eka Bumi Artha

Struktur organisasi di atas yang menangani segala urusan Tabungan Arisan adalah bagian Pendanaan termasuk didalamnya account officer dan dibantu dengan Kabag Pendanaan disetiap kantor pusat dan kantor cabang.

Tugas utama Kabag Pendanaan adalah melakukan perencanaan, koordinasi, supervisi, dan evaluasi terhadap proses pemasaran produk pendanaan secara menyeluruh untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan.

4. Produk-produk pendanaan PT. BPR Eka Bumi Artha

a. Tabungan Ekasave

Tabungan Ekasave adalah produk tabungan Bank Eka yang sangat fleksibel dan memberikan bunga tabungan berdasarkan saldo harian berjenjang progresif dengan tingkat suku bunga yang sangat kompetitif.

Kelebihan dan keuntungan Ekasave:

- 1) Bunga sangat kompetitif
- 2) Biaya administrasi bulanan yang sangat ringan
- 3) Aman, karena diikutsertakan dalam program penjaminan simpanan di Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)
- 4) Mudah, Karena penyetoran dan penarikan dana dapat dilakukan diseluruh kantor cabang Bank Eka secara on line real time
- 5) Praktis dan nyaman, karena memiliki fasilitas ATM yang tergabung dalam jaringan ATM-ALTO sehingga selain dapat bertransaksi di

ATM Bank Eka juga dapat digunakan di ATM bank lain yang tergabung dalam jaringan ATM ALTO secara nasional

- 6) Biaya penarikan melalui ATM Bnk lain (jaringan ALTO) ditanggung oleh Bank Eka
- 7) Setiap penabung yang memiliki kelipatan Rp. 1.000.000,- dari saldo rata-rata harian berhak mendapatkan 1 nomor undian yang akan diikutkan dalam undian berhadiah dengan berbagai hadiah yang menarik.

b. Tabungan Ekasave Berhadiah Langsung

Tabungan Ekasave berhadiah langsung merupakan produk simpanan Tabungan Ekasave Bank Eka yang memberikan tambahan manfaat langsung tanpa diundi untuk simpanan tabungan dengan jumlah nilai nominal, jangka waktu, dan persyaratan tertentu. Jangka waktu simpanan tabungan adalah 3 bulan sampai dengan 36 bulan (saldo diblokir). Tingkat bunga Tabungan Ekasave berhadiah langsung 4,00 % per tahun fixed rate. Peserta dapat memilih hadiah yang dikehendaki apabila memenuhi ketentuan yang berlaku. Hadiah yang diberikan antara lain: sepeda motor, lemari es, televisi LCD/LED, mesin cuci, notebook, IPAD, Iphone, Smart phone.

c. Tabungan Arisan

Tabungan Arisan Bank Eka adalah produk simpanan yang dikemas dalam bentuk arisan modern yang dihadirkan oleh Bank Eka sebagai wujud pelestarian budaya gotong royong rakyat Indonesia.

Produk tabungan Arisan yang diluncurkan oleh Bank Eka terbukti sangat diminati oleh berbagai lapisan masyarakat yang ada dipedesaan maupun perkotaan, karena telah menjadi sarana yang efektif dalam mengenalkan, menumbuhkan dan membangun budaya menabung di Bank, sehingga sejalan dengan program keuangan inklusif.

Keunggulan dari Tabungan Arisan Bank Eka adalah sebagai berikut⁵:

- 1) Mudah diikuti, karena setoran tabungan hanya dilakukan sekali dalam setiap bulan dengan nilai setoran sebesar Rp. 100.000,-
- 2) Setiap peserta yang hadir dalam seleksi bulanan akan diikutsertakan dalam seleksi Extra Doorprize senilai Rp. 86.400.000 yang terbagi dalam 36 periode masing masing untuk 24 orang pemenang Rp. 100.000
- 3) Peserta yang keluar sebagai pemenang dibebaskan dari kewajiban setoran dan tidak diikutsertakan kembali dalam seleksi berikutnya karena kepesertaannya dinyatakan berakhir
- 4) Peserta yang belum beruntung hingga akhir periode seleksi selain akan menerima uangnya kembali berikut tambahan bunga, dan bersama peserta arisan group lainnya akan diikutsertakan seleksi ONH & Umroh Doorprize.
- 5) Setiap menjelang hari raya Idul Fitri, peserta Tabungan Arisan yang belum beruntung akan diikutsertakan dalam seleksi THR Doorprize

⁵ Wawancara dengan Bapak Eka Budi selaku staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 27 April 2017

bersama peserta dari grup lainnya senilai Rp. 240.000.000 yang terbagi dalam 3 periode untuk 80 Orang pemenang masing-masing Rp. 1.000.000

- 6) Program Tabungan Arisan Bank Eka diikutkan dalam program penjaminan Simpanan Pemerintah (LPS)

Kelemahan dari Tabungan Arisan adalah sebagai berikut:

- 1) Dana tidak dapat diambil sewaktu-waktu karena jangka waktu tabungan arisan adalah 36 bulan.
- 2) Banyaknya peserta Tabungan Arisan pada setiap grup tidak sebanding dengan peserta yang keluar sebagai pemenang, karna 1 grup hanya akan ada 1 pemenang sedangkan jumlah peserta setiap grup ada 300 orang.
- 3) Banyaknya peserta yang mengikuti Tabungan Arisan lebih dari 1, membuat mereka lambat laun menjadi peserta yang pasif (menunggak) karna tidak mampu lagi membayar setoran Tabungan Arisan mereka

d. TabunganKu

TabunganKu merupakan salah satu produk simpanan yang diselenggarakan Bank Eka yang diperuntukan untuk masyarakat luas dengan persyaratan mudah dan ringan.

Kelebihan TabunganKu:

- 1) Tidak dikenakan biaya administrasi
- 2) Setoran awal minimal Rp. 20.000,-

- 3) Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,-
- 4) Saldo minimal Rp. 20.000,-
- 5) Biaya penutupan rekening Rp. 20.000,-
- 6) Biaya rekening pasif Rp. 1.000,-

e. Tabungan Simpel

Tabungan Simpel yang merupakan singkatan dari simpanan pelajar yaitu tabungan anak yang diciptakan khusus untuk kalangan pelajar PAUD, SD, SMP, SMA atau sederajat. Tabungan diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung. Kelebihan Tabungan Simpel:

- 1) Bebas biaya administrasi bulanan
- 2) Setoran awal ringan, hanya Rp. 5.000,-
- 3) Saldo minimum rekening Rp. 5.000,-
- 4) Rekening atas nama siswa

f. Deposito

1) Deposito Berjangka

Deposito Berjangka Bank Eka adalah produk simpanan yang diselenggarakan oleh Bank Eka yang penarikannya dapat dilakukan dalam jangka waktu dan tingkat bunga yang telah ditetapkan menurut kesepakatan antara nasabah dengan bank.

2) Deposito Berkado Mobil

Syarat dan ketentuan:

- a) Peserta program deposito bank eka berkado mobil adalah perorangan, yayasan, maupun perusahaan/badan usaha
- b) Produk deposito bank eka berkado mobil, berjangka waktu 1 tahun sampai dengan 5 tahun (ARO pokok)
- c) Tingkat bunga deposito program adalah sebesar 7,5%
- d) Pembayaran bunga deposito program dilakukan setiap bulan ke rekening tabungan bank eka
- e) Kado mobil diberikan dalam kondisi “*on the road*”
- f) Peserta program bebas memilih type mobil yang dikehendaki dengan syarat memenuhi ketentuan yang berlaku
- g) Peserta program karena suatu hal melakukan break sebelum jatuh tempo, maka akan dikenakan penalty dengan perhitungan sebagai berikut:
- h) Kado mobil diberikan selambat-lambatnya 45 hari atau sesuai ketersediaan mobil

Dalam praktiknya, produk pendanaan yang banyak diminati nasabah PT. BPR Eka Bumi Artha adalah Tabungan Arisan ini dikarenakan mudahnya dalam bertransaksi pada setoran awal yang

ringan dan banyaknya Doorprize yang ditawarkan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha .⁶

Jadi, PT. BPR Eka Bumi Artha Metro yang berdiri pada hari Senin tanggal 28 Agustus 1972 memiliki visi dan misi dalam membangun PT. BPR Eka Bumi Artha Metro. PT. BPR Eka Bumi Artha terdiri dari PT. BPR Eka Bumi Artha Pusat, PT. BPR Eka Bumi Artha Kantor Cabang dan PT. BPR Eka Bumi Artha Kantor Kas. Produk pendanaan yaitu, Tabungan Arisan, Tabungan Ekasave, Tabungan Ekasave Berhadiah Langsung, Tabungan Simpel, TabunganKu dan Deposito.

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Arisan PT. BPR Eka Bumi Artha

Arisan sebagai warisan budaya bangsa Indonesia merupakan kegiatan yang banyak dilakukan oleh masyarakat baik yang tinggal dipedesaan maupun diperkotaan. Tabungan arisan sendiri merupakan produk kombinasi dari tabungan dan arisan yang dikembangkan secara modern. Produk Tabungan Arisan yang diciptakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha memberikan berbagai kemudahan salah satunya pada sistem setoran yang dapat dilakukan oleh suatu kelompok atau grup tertentu yang disebut dengan Tabungan Arisan Kolektif. Tabungan Arisan Kolektif, adalah Tabungan Arisan yang dibayarkan dan dikelola oleh mitra yang bekerjasama dengan

⁶ Wawancara dengan Ibu Ardevi Dalena selaku Kanit Pendanaan PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 20 April 2017

Bank Eka,⁷ biasanya Tabungan Arisan kolektif ini merupakan grup atau kelompok dari guru sekolah atau pegawai pemerintahan yang tidak sempat atau tidak memiliki waktu untuk datang dan menyetorkan sendiri. Agar memudahkan mereka dibuatlah Tabungan Arisan kolektif yang kemudian mereka dapat menyetorkannya kepada masing-masing bendahara atau orang yg dipercaya oleh grup lalu oleh bendahara disetorkan kepada Bank Eka.

Perbedaan Tabungan Arisan Individu dengan Tabungan Arisan Kolektif terdapat pada sistem pembayarannya. Jika Tabungan Arisan Individu dikelola datang sendiri untuk menyetorkan Tabungan Arisan, pada Tabungan Arisan Kolektif peserta dikoordinir oleh seorang mitra yang bekerja sama dengan Bank Eka yang kemudian mitra tersebut menyetorkan kepada Bank Eka tanpa perlu mengantri di Bank. Pada Tabungan Arisan Kolektif juga terdapat *Collection Fee* yang diberikan kepada mitra untuk setiap setoran peserta yang dibayarkan setiap 6 bulan sekali.

Tabungan arisan adalah salah satu produk pendanaan unggulan PT. BPR Eka Bumi Artha. Terbukti dengan kenaikan jumlah nasabah yang signifikan dari tahun 2014 hingga 2016. Pada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro tercatat 113.356 nasabah pada tahun 2014, 116.454 pada tahun 2015, dan 148.8864 pada tahun 2016.⁸ Namun pada tahun 2016 perkembangan saldo Tabungan Arisan mengalami penurunan 10,98%. Berikut data presentasi perkembangan saldo Tabungan Arisan :

⁷ Wawancara dengan Bapak Eka Budi selaku staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 27 April 2017

⁸ Wawancara dengan ibu Ardevi Dalina selaku Kanit Pendanaan PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 20 April 2017

Tabel 3.1
Presentase Perkembangan Tabungan Arisan
dari tahun 2014 hingga 2016

No.	Tahun	Jumlah Saldo	Prosentase
1.	2014	Rp. 55.135.078.579	0,83%
2.	2015	Rp. 91.895.120.628	66,67%
3.	2016	Rp. 81.804.796.586	-10,98%

Penurunan yang tidak sebanding dengan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya ini terjadi karena nasabah yang belum beruntung dalam seleksi maka pada bulan ke 37 uang yang telah disetorkan setiap bulan akan dibayarkan sepenuhnya berikut bunganya. Karena semakin lama masa periode tabungan maka jumlah saldo masing-masing nasabah semakin besar, jadi jumlah saldo pada 3 tahun berikutnya akan mengalami penurunan. Meskipun mengalami kenaikan nasabah yang signifikan setiap tahunnya, namun jumlah setoran awal yang masih terbilang kecil tidak mempengaruhi jumlah saldo pada tahun tersebut.⁹

Tentu strategi pemasaran yang dilakukan oleh para staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dapat dikatakan berhasil. Dan keberhasilan ini tidak lepas dari peranan sebuah strategi pemasaran yang diterapkan untuk produk tabungan ini. Dan untuk lebih terperinci, penulis mencoba mengklasifikasikan elemen strategi itu ke dalam tujuh elemen manajemen jasa terpadu (7P), yakni sebagai berikut:

⁹ Wawancara dengan bapak Try Andrio selaku staff operasional PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 18 Januari 2018

1. Product (produk)

Untuk menarik minat nasabah menggunakan produk jasa yang ada pada PT. BPR Eka Bumi Artha, para pendiri memberikan produk yang berbeda dengan produk jasa pada bank lain yaitu produk Tabungan Arisan yang merupakan kombinasi dari produk tabungan dan arisan. Melihat kultur masyarakat Indonesia yang tidak asing lagi akan kegiatan arisan, terutama ibu-ibu. Hal tersebut memberikann peluang bagi pihak PT. BPR Eka Bumi Artha untuk mengembangkan produk tabungan arisan tersebut hingga diminati nasabah dan dapat terus berkembang. Tabungan arisan mencoba menawarkan banyak kemudahan dan keunggulan, seperti peserta yang telah keluar sebagai pemenang dibebaskan dari kewajiban setoran dan tidak diikutsertakan lagi dalam seleksi karna dinyatakan berakhir kepesertaannya. Jika lewat tanggal yang telah ditentukan peserta tidak membayar setoran Tabungan Arisan, maka tidak diikutsertakan dalam seleksi bulan selanjutnya dan dikenakan denda sebesar Rp. 3.000 yang dibebankan pada akhir periode.

2. Price (Harga)

Menentukan harga jual suatu produk pada suatu lembaga keuangan merupakan sesuatu yang penting dalam menarik minat nasabah. Produk Tabungan Arisan adalah satu produk pendanaan dan merupakan produk unggulan PT. BPR Eka Bumi Artha. Dengan biaya setoran Rp. 100.000 setiap bulan, produk ini tidak membatasi masyarakat dari kalangan

maupun untuk menabung dan menjadi nasabah Tabungan Arisan.¹⁰ Serta Doorprize yang ditawarkan bagi peserta yang belum beruntung hingga akhir periode maupun bagi peserta yang hadir pada saat seleksi Tabungan Arisan dilakukan seperti, Extra Doorprize, THR Doorprize, ONH & Umroh Doorprize diharapkan dapat menjadi magnet bagi nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Arisan. Perolehan uang bagi peserta yang keluar sebagai pemenang yaitu sebesar uang yang telah disetorkan berikut bonusnya sebesar Rp. 1.400.000. Untuk urutan pertama senilai Rp. 100.000 berikut bonusnya menjadi Rp. 1.500.00. untuk urutan kedua senilai Rp. 200.000 berikut bonusnya menjadi Rp. 1.600.00. kemudian apabila pada urutan atau setoran ke 20 yaitu senilai Rp. 2.000.000 berikut bonusnya Rp. 3.400.000, dan seterusnya hingga akhir periode senilai Rp. 3.600.000 berikut bonusnya menjadi Rp. 5.000.000.

3. *Place* (Tempat)

Pemilihan suatu lokasi juga sangat berpengaruh pada penjualan suatu produk. Dengan memilih lokasi yang strategis pihak bank dapat peningkatan minat nasabah. Oleh karena itu PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro memilih lokasi Jl. Ahmad Yani No. 70 Metro, Lampung Telp. (0725) 41246, Faks. (0725) 42957 sebagai kantor pusat dikarenakan oleh beberapa sebab yakni:¹¹

¹⁰ Wawancara dengan Bapak Eka Budi staff Marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 27 April 2017

¹¹ Wawancara dengan Bapak Eka Budi staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada Tanggal 27 April 2017

- a. Jalan Ahmad Yani No. 70 merupakan lokasi yang menjangkau hampir semua sektor, mulai dari pusat perbelanjaan, pasar, kawasan pendidikan dan pemukiman penduduk.
- b. Akses yang mudah dijangkau dengan menggunakan berbagai alat transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.
- c. Tidak jauh dari pusat kota, dimana orang-orang sering berkunjung ke wilayah tersebut, maka secara tidak langsung masyarakat bisa mengetahui kantor PT. BPR Eka Bumi Artha.

Selain pemilihan lokasi yang strategis, PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro juga memperhatikan penataan atau desain kantor dengan dilengkapi berbagai fasilitas yang mendukung dapat mempermudah nasabah untuk berintraksi di kantor, serta agar dapat memberikan kenyamanan nasabah.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam hal ini promosi dilakukan PT. BPR Eka Bumi Artha untuk menarik minat masyarakat agar menjadi nasabah Tabungan Arisan, maka bank menerapkan strategi promosi yang meliputi:¹²

a. Periklanan

Dalam hal promosi yang dilakukan dengan media periklanan, PT. BPR Eka Bumi Artha menggunakan media elektronik dan media cetak. Pada media elektronik yaitu pihak PT. BPR Eka Bumi Artha membuat iklan melalui sumber informasi seperti internet atau website

¹² Wawancara dengan Ibu Soraya Agustina selaku staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 5 Mei 2017

Bank Eka. Pada media cetak pihak PT. BPR Eka Bumi Artha membuat brosur yang biasanya diletakkan di meja *costumer service* dan memasang spanduk-spanduk di tempat yang sekiranya banyak orang membaca kemudian tertarik dengan beberapa produk yang ditawarkan salah satunya adalah produk Tabungan Arisan.

b. Promosi Penjualan

Selain dengan strategi promosi melalui iklan, promosi penjualan merupakan hal yang penting dalam mempromosikan suatu produk. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. PT. BPR Eka Bumi Artha dalam melakukan promosi penjualan dapat melalui pemberian doorprize seperti ONH & Umroh Doorprize bagi peserta yang belum beruntung sampai dengan periode berakhir, THR Doorprize setiap menjelang hari raya, dan Ekstra Doorprize bagi setiap peserta yang hadir. Dengan menggunakan cara-cara tersebut, promosi penjualan mendapatkan beberapa manfaat di antaranya:

- 1) Memberikan informasi yang dapat menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan.
- 2) Memberikan dorongan, semangat, dan kesadaran kepada masyarakat untuk segera membeli produk tersebut.

c. Penjualan Perseorangan

Penjualan pribadi ini tidak hanya melibatkan seseorang Staff Marketing Pendanaan tetapi juga melibatkan seluruh pegawai PT. BPR Eka Bumi Artha , termasuk *cleaning servis*, satpam ataupun pejabat

bank. Oleh karena itu penjualan pribadi dapat dilakukan dengan cara bertatap muka langsung dengan nasabah. Dengan hal tersebut pihak bank dapat mengetahui kelemahan produk kita, ataupun tentang keluhan dan kelemahan produk tabungan di bank lain, memungkinkan pihak menjalin komunikasi yang akrab dengan nasabah, membuat nasabah seolah-olah harus mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi pihak bank.¹³

d. Publisitas

Publisitas adalah kegiatan promosi yang dilakukan melalui kegiatan pameran, bakti sosial, kegiatan amal, atau kegiatan lainnya. Dalam hal ini biasanya pihak PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro mengikuti kegiatan besar seperti mendirikan stand di acara Metro Fair, dan Bazaar. Sistem pembukaan stand di kegiatan besar dilakukan dengan memberikan quisioner kepada para pengunjung yang datang untuk kemudian quisioner tersebut akan diundi pada akhir kegiatan tersebut. Hadiah yang diberikan untuk para peserta undian yang beruntung berupa kompor gas, dispenser dan jam dinding. Dengan melakukan promosi secara publisitas, bank lebih dapat mendakatkan diri kepada nasabah dan diharapkan nasabah akan tertarik dengan produk yang akan ditawarkan oleh pihak bank.

¹³ Wawancara dengan Ibu Soraya Agustina selaku staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 5 Mei 2017

e. *People* (Orang)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan Staff Marketing Pendanaan dan Costumer Service *Bank Eka* termasuk dalam rentang skala “baik”. Walaupun demikian, untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada pada PT. BPR Eka Bumi Artha para karyawan/karyawati sering mengikuti kegiatan seminar tentang perbankan, training, dan pelatihan-pelatihan. Hal tersebut dilakukan agar kualitas sumber daya manusia yang ada pada PT. BPR Eka Bumi Artha mencapai ideal.

f. *Process* (Proses)

Proses yang dimaksud disini adalah mekanisme, mulai dari proses penawaran, penjualan, pelayanan sesudah menjual, dan penyelesaian masalah atau keluhan nasabah PT. BPR Eka Bumi Artha agar lebih ditingkatkan dan dikembangkan secara efektif dan efisien untuk mencapai hasil yang optimal. Keluhan dapat disampaikan dengan berbicara langsung oleh Staff Marketing atau Costumer Service yang nantinya akan diselesaikan atau dijelaskan kembali oleh Staff Marketing dan Costumer Service tersebut. Atau dapat juga menghubungi via telepon dengan nomer yang sudah tertera dibrosur Bank Eka.

g. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Produk yang ditawarkan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro berupa jasa yang bersifat tidak berwujud. Jasa yang mengarah

kepada rasa atau semacam testimonial dari para nasabah yang menggunakan jasa Bank Eka. Cara dan bentuk pelayanan yang optimal kepada nasabah merupakan bentuk nyata atau dapat dianggap bukti fisik yang dapat dirasakan oleh para nasabah yang menggunakan jasa di PT. BPR Eka Bumi Artha.

Berdasarkan beberapa strategi pemasaran di atas, strategi yang paling dominan dan efektif yang digunakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha dalam melakukan penjualan ataupun pemasaran produk yaitu strategi produk, strategi harga dan strategi promosi yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan publisitas.¹⁴ Pada strategi produk, Bank Eka menawarkan produk yang berbeda dengan produk biasanya dengan melihat kultur masyarakat yang tidak asing lagi dengan budaya arisan kemudian mengembangkannya menjadi Tabungan Arisan. Pada strategi harga, Bank Eka menawarkan kemudahan dengan biaya setoran yang ringan hanya Rp. 100.000 perbulan, Doorprize, serta bunga yang dapat menarik minat nasabah. Dan pada strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Eka yaitu dengan memberikan informasi secara langsung kepada nasabah akan produk yang ditawarkan agar nasabah membeli produk tersebut dengan berbagai cara, seperti memasang iklan, menyebar brosur, membuka stand dikegiatan besar, dan memasang spanduk. Hal ini dilakukan karena strategi produk, harga, dan promosi

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Soraya Agustina selaku staff marketing PT. BPR Eka Bumi Artha pada tanggal 27 April 2017

memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Arisan.

Melihat unsur Maisyir, Gharar, Haram, dan Riba, produk Tabungan Arisan ini tidak dibenarkan atau tidak diperbolehkan. Namun dari pandangan lain dalam perspektif islam, Tabungan Arisan ini sudah sesuai dengan Fatwa DSN No. 86/DSN MUI-/XII/2012 tentang Hadiah Dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah bahwa hadiah tidak diperbolehkan dalam bentuk uang. Karena dalam produk tabungan Arisan ini, hadiah promosi yang diberikan yaitu dalam bentuk barang atau jasa.

Disamping itu produk Tabungan Arisan ini adalah produk titipan dimana nasabah sebagai pemilik dana menitipkannya kepada pihak bank yang diberikan hak untuk dapat menggunakan atau memanfaatkan dana tersebut dengan catatan pihak Bank menjamin akan mengembalikan dana tersebut secara utuh. Pihak Bank disini memberikan bonus bukan bunga atau riba serta beberapa hadiah Doorprize ONH & Umroh bagi peserta yang belum beruntung hingga akhir periode.

Selain itu transaksi Tabungan Arisan ini jelas karena telah ditentukan dari awal perolehannya yang membuat produk ini dibenarkan atau diperbolehkan jika dilihat dalam perspektif islam. Meskipun perolehannya untung-untungan, tetapi pihak bank tidak mengambil hak dari nasabah karena peserta yang tidak beruntung hingga akhir periode maka uangnya akan dikembalikan berikut beserta bonusnya, dalam arti tabungan arisan ini sama saja seperti menabung biasa, tidak merugikan sama sekali.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis pada produk Tabungan IB Hasanah di PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro, maka dapat diambil kesimpulan yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dalam memasarkan produk Tabungan Arisan yaitu mengacu pada produk, menetapkan harga dan target pasar sesuai dengan perencanaan, memilih lokasi kantor yang strategis, serta melakukan promosi. Dari beberapa strategi pemasaran diterapkan, strategi yang paling dominan dan efektif yang digunakan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dalam melakukan penjualan ataupun pemasaran produk yaitu strategi promosi, yang meliputi periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan, dan publisitas. Hal ini dikarenakan strategi promosi memberikan kemudahan dalam merencanakan strategi pemasaran selanjutnya, karena biasanya kegiatan promosi dijadikan sebagai cara berkomunikasi langsung dengan calon konsumen. Sehingga kita dapat memperoleh informasi akurat dari para konsumen, mengenai respon produk yang kita tawarkan.

Pelaksanaan produk Tabungan Arisan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro telah berjalan cukup lancar sesuai dengan Fatwa DSN No. 86/DSN MUI-/XII/2012 tentang hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah bahwa hadiah tidak diperbolehkan dalam bentuk uang.

Karena dalam produk tabungan Arisan ini, hadiah promosi yang diberikan yaitu dalam bentuk barang atau jasa. Disamping itu mekanisme Tabungan Arisan ini mengandung sifat jelas karena telah ditentukan dari awal perolehannya yang membuat produk ini diperbolehkan jika dilihat dalam perspektif islam. Meskipun perolehannya untung-untungan dengan jumlah nasabah yang banyak untuk setiap grupnya, tetapi pihak bank tidak mengambil hak dari nasabah karena peserta yang tidak beruntung hingga akhir periode maka uangnya akan dikembalikan berikut beserta bonusnya, dalam arti tabungan arisan ini sama saja seperti menabung biasa, tidak merugikan sama sekali.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap produk Tabungan Arisan PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro, maka peneliti memberikan saran kepada PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro dan peneliti lain yang akan menjadikan penelitian ini sebagai rujukan.

1. Bagi PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka peneliti mendapatkan hasil bahwa produk Tabungan Arisan terus mengalami perkembangan pada setiap tahunnya. Dengan hasil tersebut, hendaknya pihak PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro selalu memberika inovasi-inovasi baru terhadap produknya agar masyarakat mempunyai ketertarikan untuk menabung dan nasabah tetap mempertahankan tabunganya.

2. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang Tabungan Arisan hendaknya lebih mengembangkan penelitiannya dalam pendapat nasabah dan kepuasan nasabah karna penelitian ini hanya sebatas pengertian perkembangan saldo dan nasabah setiap akhir tahunnya, serta strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Anshori. *Hukum Perbankan Syariah*. Bandung :Refika Aditama, 2009.
- Abdul Manap. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metode Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Fandy Tijipyono dan Anantasia Diana. *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003. .93
- Hermansyah. *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Karisma Putra Utama, 2010. Cet. Ke-1.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- , *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pres, 2014.
- Kompas.”Yuk Kenali Jenis-jenis Tabungan di Indonesi”. dalam <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/05/23/074400326/Yuk.Kenali.Jenis-Jenis.Tabungan.di.Indonesia>. diakses pada tanggal 04 Desember 2017
- Lexi J.Moleong. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2004.
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Melayu Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.

- Mudrajad Kuncono. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000. Cet ke-2
- Philip Kotler Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- , *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004.
- Sofjan Assuari. *Manajemen Pemasaran Teknik Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- , *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Sumadi Suryabrata. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : B-483/In.28/FEBI/PP.00.9/07/2017
Lampiran :-
Perihal : **Pembimbing Tugas Akhir**

03 Mei 2017

Kepada Yth:
Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Iffah Ratikha Devi
NPM : 14122898
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Arisan Pada Pt Bpr Eka Bumi Artha Kpo Metro

Dengan ketentuan :

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

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan,

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



Nomor : 596/EBA/10/V/2017
Lampiran : -

18 Mei 2017

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-

Metro

Perihal : Izin Penelitian Mahasiswa

Dengan hormat,

Membalas surat Saudara No. B-211a/In28/FEBI/PP.009/05/2017 tanggal 11 Mei 2017 perihal Izin Penelitian, dengan ini disampaikan bahwa kami dapat memberikan izin penelitian dan pengambilan data di PT BPR Eka Bumi Artha pada mahasiswa berikut ini :

1. Nama : Yoga Prambodo
NPM : 14123588
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Penelitian : "Proses Pemberian Kredit Pensiun Pada PT BPR Eka Bumi Artha Metro."
2. Nama : Dwi Cahyaningsih
NPM : 14122628
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Penelitian : "Strategi Pemasaran Prosuk Simpel (Simpanan Pelajar) PT BPR Eka Bumi Artha."
3. Nama : Putri Fernanda Sari
NPM : 14123188
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Penelitian : "Prosedur Pemberian Kredit Usaha Mikro Pada PT BPR Eka Bumi Artha."
4. Nama : Iffah Ratikha Dewi
NPM : 14122898
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul Penelitian : "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Arisan Pada PT BPR Eka Bumi Artha KPO Metro."

Demikian, untuk dimaklumi.

PT BPR EKA BUMI ARTHA

Nugroho Fuad Rifai
Direktur Operasional

Tembusan :
- Mahasiswa yang bersangkutan.

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ARISAN PADA PT. BPR EKA BUMI ARTHA KP METRO

A. Wawancara dengan *Staff Marketing* PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro

1. Berapa jumlah nasabah Tabungan Arisan?
2. Apa saja keunggulan dari Tabungan Arisan?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan untuk produk Tabungan Arisan?
4. Apa saja perbedaan Tabungan Arisan dengan Tabungan Arisan kolektif?
5. Apa kelemahan Tabungan Arisan? Bagaimana upaya mengatasinya?

B. Wawancara dengan *Staff Operasional* PT. BPR Eka Bumi Artha KP Metro

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. BPR Eka Bumi Artha?
2. Bagaimana struktur organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha?
3. Bagaimana perkembangan Tabungan Arisan tahun 2014-2016?
4. Apa saja produk-produk pendanaan PT. BPR Eka Bumi Artha?

C. Pedoman Dokumentasi

1. Sejarah Berdirinya PT. BPR Eka Bumi Artha.
2. Struktur Organisasi PT. BPR Eka Bumi Artha.
3. Visi-Misi PT. BPR Eka Bumi Artha.

4. Brosur produk-produk PT. BPR Eka Bumi Artha
5. Buku-buku tentang strategi pemasaran dan tabungan

Mengetahui,
Pembimbing



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

Metro, Januari 2018

Mahasiswa ybs,



Iffah Ratikha Devi
NPM. 14122898



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Iffah Ratikha Devi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
NPM : 14122898 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21-8-2017	- outline bab II, sesuaikan dgn kebutuhan teori & fokus penelitian - outline bab III, disesuaikan tujuan penelitian - Belum ada ketom tanda tangan pembimbing	<i>[Signature]</i>
	22-8-2017	Acc outline, lanjutkan konsultasi & penyusunan Bab I	<i>[Signature]</i>

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sv

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Iffah Ratikha Devi

NPM. 14122898



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Iffah Ratikha Devi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
NPM : 14122898 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		- Diperbaiki data awal lapangan - Penelitian dibuat konvensional, cari buku perbankan konvensional Syariah boleh tapi di bab II. - Perbaiki footnote - Perbaiki sesuai arahan	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Iffah Ratikha Devi

NPM. 14122898



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: lainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Iffah Ratikha Devi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
NPM : 14122898 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24-11-2017	Ace bab I, lanjutkan penulisan bab II	<i>zf</i>
	-12-2017	- Literatur bank konvensional diperbanyak - Harus dibedakan antara mengutip teori & pendapat peneliti - Setiap mengutip harus jelas sumbernya - Setelah mengutip, jelaskan kembali & bahasa sendiri - Teori sesuaikan kebutuhan	<i>zf</i>

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Iffah Ratikha Devi

NPM. 14122898



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

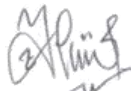
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Iffah Ratikha Devi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
NPM : 14122898 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		analisis data - kitab asing dicetak ulang - penempatan penomoran footnote disesuaikan dg pengutipannya	
	24-12-2017	Acc bab II, lanjutkan Penyusunan APD	

Dosen Pembimbing,



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,



Iffah Ratikha Devi

NPM. 14122898



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Iffah Ratikha Devi Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/D-III PBS
NPM : 14122898 Semester/TA : VI / 2017

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27-12-2017	- Pertanyaan PD pedoman wawancara substansinya disesuaikan teori bab II - Seharusnya ada wawancara ke petugas marketing funding - Bedakan wawancara dg SD primer yg satu dg yg lain, sesuaikan kebutuhan data - Pedoman dokumentasi blm dibuat - Beri kolom tanda tangan	

Dosen Pembimbing,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs,

Iffah Ratikha Devi

NPM. 14122898

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	-
	No. Revisi	-
	Tgl. Berlaku	-
	Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR		

Nama : **Iffah Ratikha Devi**
 NPM : 14122898

Fakultas / Jurusan : FEBI / D3 PBS
 Semester / TA : VIII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	ACC APD, lanjutkan pengumpulan data & penyusunan bab II	f

Dosen Pembimbing I



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

Mahasiswa Ybs.



Iffah Ratikha Devi
 NPM. 14122898

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	-
	No. Revisi	-
	Tgl. Berlaku	-
	Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR		

Nama : Iffah Ratikha Devi
NPM : 14122898

Fakultas / Jurusan : FEBI / D3 PBS
Semester / TA : VIII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	- Profil terlalu panjang, sederhanakan - Keunggulan simpulan arisan & kelemahannya - masukkan ke hasil penelitian bukan di profil - Penulisan footnote, justify - Strategi produk & price perlu dideskripsikan lebih detail seperti apa praktiknya di bank - Hasil wawancara jelaskan sumbernya - Ada data Bank lain dan laporan, diperhalus lagi - Analisis, digali lagi apa benar strategi yg efektif menarik konsumen hanya strategi promosi - Pastikan APP sudah digunakan selamanya	7

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.


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


Iffah Ratikha Devi
 NPM. 14122898

 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	-
	No. Revisi	-
	Tgl. Berlaku	-
	Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR		

Nama : **Iffah Ratikha Devi**
 NPM : 14122898

Fakultas / Jurusan : FEBI / D3 PBS
 Semester / TA : VIII / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Acc bab III & IV, lanjutkan Penyusunan kelengkapan TA (Cover - RH)	rf

Dosen Pembimbing I


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

Mahasiswa Ybs.


Iffah Ratikha Devi
 NPM. 14122898



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

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-020/In.28/S/OT.01/01/2018**

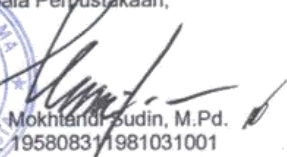
Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Iffah Ratikha Devi
NPM : 14122898
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 14122898.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Januari 2018
Kepala Perpustakaan,

Drs. Mokhtari Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001





BANK EKA
PT BPR EKA BUMI ARTHA

*Kredit Murah
Untuk Pensiunan
Cepat Dan Bersahabat*

KREDIT PENSIUNAN

Nominal / Plafond	JANGKA WAKTU									
	12 bulan	< 24 bulan	< 36 bulan	< 48 bulan	< 60 bulan	< 72 bulan	< 84 bulan	< 96 bulan	< 108 bulan	< 120 bulan
5.000.000	464.167	255.833	191.389	158.667	137.333	125.444	116.024	109.083	103.296	98.167
10.000.000	928.333	511.667	382.778	317.333	274.667	250.889	232.048	218.167	206.593	196.333
11.000.000	1.021.167	562.833	421.056	349.067	302.133	275.978	255.252	239.983	227.252	215.967
14.000.000	1.299.667	716.333	535.889	444.267	384.533	351.244	324.867	305.433	289.230	274.867
15.000.000	1.392.500	767.500	574.167	476.000	412.000	376.333	348.071	327.250	309.889	294.500
16.000.000	1.485.333	818.667	612.444	507.733	439.467	401.422	371.276	349.067	330.548	314.133
20.000.000	1.856.667	1.021.333	765.556	634.667	549.333	501.778	464.095	436.333	413.105	392.667
21.000.000	1.949.500	1.074.500	803.833	666.400	576.800	526.867	487.300	458.150	433.844	412.300
22.000.000	2.042.333	1.125.667	842.111	698.133	604.267	551.956	510.505	479.967	454.504	431.933
24.000.000	2.228.000	1.228.000	918.667	761.600	659.200	602.133	556.914	523.600	495.822	471.200
25.000.000	2.320.833	1.279.167	956.944	793.333	686.667	627.222	580.119	545.417	516.481	490.833
28.000.000	2.599.333	1.432.667	1.071.778	888.533	769.067	702.489	649.733	610.867	578.459	549.733
29.000.000	2.692.167	1.483.833	1.110.056	920.267	796.533	727.578	672.938	632.683	599.119	569.367
31.000.000	2.877.833	1.586.167	1.186.611	983.733	851.467	777.756	719.348	676.317	640.437	608.633
35.000.000	3.249.167	1.790.833	1.339.722	1.110.667	961.333	878.111	812.167	763.583	723.074	687.167
36.000.000	3.342.000	1.842.000	1.378.000	1.142.400	988.800	903.200	835.371	785.400	743.733	706.800
39.000.000	3.620.500	1.995.500	1.492.833	1.237.600	1.071.200	978.467	904.986	850.850	805.711	765.700
40.000.000	3.713.333	2.046.667	1.531.111	1.269.333	1.098.667	1.003.556	928.190	872.667	826.370	785.333
43.000.000	3.991.833	2.200.167	1.645.944	1.364.533	1.181.067	1.078.822	997.805	938.117	888.348	844.233
44.000.000	4.084.667	2.251.333	1.684.222	1.396.267	1.208.533	1.103.911	1.021.010	959.933	909.007	863.867
45.000.000	4.177.500	2.302.500	1.722.500	1.428.000	1.236.000	1.129.000	1.044.214	981.750	929.667	883.500
50.000.000	4.641.667	2.558.333	1.913.889	1.586.667	1.373.333	1.254.444	1.160.238	1.090.833	1.032.963	981.667
60.000.000	5.570.000	3.070.000	2.296.667	1.904.000	1.648.000	1.505.333	1.392.286	1.309.000	1.239.556	1.178.000
65.000.000	6.034.167	3.325.833	2.488.056	2.062.667	1.785.333	1.630.778	1.508.310	1.418.083	1.342.852	1.276.167
75.000.000	6.962.500	3.837.500	2.870.833	2.380.000	2.066.000	1.881.667	1.740.357	1.636.250	1.549.444	1.472.500
80.000.000	7.426.667	4.093.333	3.062.222	2.538.667	2.197.333	2.007.111	1.856.381	1.745.333	1.652.741	1.570.667
90.000.000	8.355.000	4.605.000	3.445.000	2.856.000	2.472.000	2.258.000	2.088.429	1.963.500	1.859.333	1.767.000
100.000.000	9.283.333	5.116.667	3.827.778	3.173.333	2.746.667	2.508.889	2.320.476	2.181.667	2.065.926	1.963.333
105.000.000	9.747.500	5.372.500	4.019.167	3.332.000	2.884.000	2.624.333	2.436.500	2.298.750	2.169.222	2.061.500
110.000.000	10.211.667	5.628.333	4.220.500	3.534.667	3.086.667	2.826.667	2.638.889	2.500.000	2.369.167	2.258.333
115.000.000	10.675.833	5.884.167	4.401.944	3.649.333	3.158.667	2.885.222	2.668.548	2.508.917	2.375.815	2.257.833
120.000.000	11.140.000	6.140.000	4.593.333	3.808.000	3.296.000	3.016.667	2.784.571	2.618.000	2.479.111	2.356.000
125.000.000	11.604.167	6.404.167	4.784.722	3.966.667	3.433.333	3.136.111	2.900.595	2.727.083	2.582.407	2.454.167
140.000.000	13.538.000	7.426.667	5.358.000	4.442.667	3.845.333	3.512.444	3.248.667	3.054.333	2.892.296	2.748.667
150.000.000	15.472.000	8.450.000	6.140.000	5.040.000	4.340.000	3.910.000	3.640.000	3.450.000	3.260.000	3.070.000

Catatan:

- Berlaku pada saat realisasi kredit dan diberlakukan terhitung mulai tanggal 4 Juni 2012 serta sewaktu-waktu dapat diubah.
- Batas Maksimum Pemberian Kredit berdasarkan Jangka Waktu:

a. 12 bulan	= 8 x gaji bersih	f. 72 bulan	= 25 x gaji bersih
b. 24 bulan	= 13 x gaji bersih	g. 84 bulan	= 27 x gaji bersih
c. 36 bulan	= 16 x gaji bersih	h. 96 bulan	= 30 x gaji bersih
d. 48 bulan	= 19 x gaji bersih	i. 108 bulan	= 33 x gaji bersih
e. 60 bulan	= 22 x gaji bersih	j. 120 bulan	= 35 x gaji bersih
- Batas Minimum Pemberian Kredit sebagaimana No. 2, serendah-rendahnya Rp 5.000.000,- dengan jangka waktu minimal 12 bulan.
- Persyaratan Kredit:
 - Perpetujuan dan tatanan yang berwenang
 - Fotokopi kartu pensiun dan lain yang masih berlaku dan menunjukkan aslinya
 - Jaminan tambahan yang harus diserahkan (asli & fotokopi): Kartu Induk Pensiun (Karip)
 - Nasabah harus datang sendiri ke Bank (tidak dapat diwakilkan)

PETUGAS PEMASANGAN

Nama _____

ESP _____



BANK EKA
PT BPR EKA BUMI ARTHA

KREDIT PENSIUNAN



*Getyar
Promo Spesial
Turun Bunga*

Nominal / Plafond	JANGKA WAKTU											
	12 Bulan	24 Bulan	36 Bulan	48 Bulan	60 Bulan	72 Bulan	84 Bulan	96 Bulan	108 Bulan	120 Bulan		
50.000.000	4.573.288	2.485.547	1.786.353	1.457.019	1.256.022	1.119.293	1.028.737	958.463	900.047	860.888		
55.000.000	5.038.628	2.733.802	1.975.988	1.602.721	1.382.014	1.201.222	1.101.611	1.034.309	980.051	935.887		
60.000.000	5.487.959	2.982.417	2.165.622	1.748.423	1.508.307	1.342.152	1.234.465	1.159.156	1.090.856	1.042.786		
65.000.000	5.945.288	3.230.951	2.355.259	1.894.125	1.633.891	1.453.081	1.337.358	1.248.002	1.170.381	1.120.065		
70.000.000	6.402.618	3.479.485	2.544.894	2.038.828	1.759.181	1.567.011	1.440.222	1.341.848	1.260.065	1.216.384		
75.000.000	6.859.948	3.728.021	2.694.529	2.185.528	1.885.383	1.676.339	1.542.166	1.437.895	1.350.070	1.303.482		
80.000.000	7.317.277	3.976.555	2.874.164	2.331.220	2.011.075	1.780.689	1.646.979	1.533.541	1.440.075	1.390.381		
85.000.000	7.774.607	4.225.088	3.063.800	2.478.932	2.138.768	1.902.798	1.748.033	1.629.387	1.530.079	1.477.300		
90.000.000	8.231.937	4.473.625	3.253.435	2.622.634	2.262.480	2.014.727	1.851.727	1.725.234	1.620.084	1.564.179		
95.000.000	8.689.267	4.722.160	3.443.070	2.768.358	2.388.192	2.126.667	1.964.600	1.821.888	1.710.889	1.651.078		
100.000.000	9.146.597	4.970.694	3.632.705	2.914.020	2.513.844	2.238.586	2.057.474	1.916.925	1.800.385	1.737.977		
105.000.000	9.603.927	5.219.228	3.772.341	3.059.740	2.639.538	2.358.515	2.160.348	2.012.773	1.890.189	1.824.075		
110.000.000	10.061.258	5.467.764	3.951.076	3.205.462	2.765.233	2.482.444	2.283.222	2.138.919	1.990.103	1.911.774		
115.000.000	10.518.588	5.716.298	4.131.611	3.351.143	2.886.921	2.574.574	2.368.095	2.204.465	2.070.180	1.988.073		
120.000.000	10.975.918	5.964.833	4.311.247	3.496.845	3.016.013	2.686.303	2.480.989	2.308.312	2.168.112	2.085.572		
125.000.000	11.433.248	6.213.368	4.490.882	3.642.547	3.142.365	2.788.222	2.571.043	2.386.158	2.250.117	2.172.471		
130.000.000	11.890.578	6.461.903	4.670.917	3.788.340	3.267.887	2.910.182	2.674.716	2.482.004	2.340.122	2.259.369		
135.000.000	12.347.908	6.710.437	4.850.152	3.933.891	3.393.689	3.032.891	2.771.589	2.587.859	2.430.126	2.346.368		
140.000.000	12.805.238	6.959.972	5.030.787	4.079.693	3.519.802	3.154.023	2.880.464	2.693.957	2.530.131	2.433.167		
145.000.000	13.262.568	7.207.507	5.209.423	4.225.395	3.646.014	3.245.938	2.983.338	2.778.543	2.610.136	2.520.065		
150.000.000	13.719.898	7.456.041	5.389.658	4.371.967	3.770.768	3.357.079	3.086.211	2.875.389	2.700.140	2.606.965		
155.000.000	14.177.228	7.704.576	5.568.893	4.516.759	3.896.459	3.468.808	3.180.065	2.971.238	2.780.145	2.693.864		
160.000.000	14.634.558	7.953.111	5.748.128	4.662.480	4.022.191	3.581.737	3.259.059	3.057.082	2.860.150	2.780.762		
165.000.000	15.091.888	8.201.646	5.927.864	4.808.162	4.147.843	3.693.667	3.344.832	3.142.938	2.970.154	2.867.661		
170.000.000	15.549.218	8.450.180	6.107.599	4.953.884	4.273.595	3.805.596	3.437.706	3.238.775	3.060.158	2.954.960		
175.000.000	16.006.548	8.698.715	6.287.234	5.099.586	4.399.227	3.917.525	3.530.580	3.334.621	3.150.164	3.041.459		
180.000.000	16.463.878	8.947.250	6.468.070	5.245.280	4.524.920	4.028.455	3.703.454	3.430.487	3.240.169	3.130.358		
185.000.000	16.921.208	9.195.784	6.648.595	5.390.970	4.650.012	4.141.384	3.806.327	3.546.314	3.330.173	3.215.257		
190.000.000	17.378.538	9.444.319	6.828.140	5.536.672	4.775.364	4.253.313	3.909.201	3.642.160	3.420.178	3.302.155		
195.000.000	17.835.868	9.692.854	7.005.775	5.682.374	4.901.996	4.365.243	4.012.075	3.738.006	3.510.182	3.388.054		
200.000.000	18.293.198	9.941.389	7.185.411	5.828.070	5.027.688	4.477.172	4.114.948	3.833.853	3.600.187	3.473.953		
205.000.000	18.750.528	10.189.923	7.365.046	5.973.777	5.153.381	4.588.101	4.217.822	3.920.689	3.690.192	3.562.852		
210.000.000	19.207.858	10.438.458	7.544.681	6.119.477	5.279.073	4.701.000	4.320.666	4.025.546	3.780.196	3.649.751		
215.000.000	19.665.188	10.686.993	7.724.317	6.265.181	5.404.765	4.812.880	4.423.570	4.121.932	3.870.201	3.738.650		
220.000.000	20.122.518	10.935.527	7.903.952	6.410.883	5.530.467	4.924.699						

BANK EKA

Membantu pelayananku

PROGANA CERIA

Gebayr Promo Spesial
Turun Bunga

Normal	10% Baku	15% Baku	20% Baku	25% Baku	30% Baku	35% Baku	40% Baku	45% Baku	50% Baku	55% Baku	60% Baku	65% Baku	70% Baku	75% Baku	80% Baku	85% Baku	90% Baku	95% Baku	100% Baku
30.000	12.900	88.21	74.20	69.20	64.20	59.20	54.20	49.20	44.20	39.20	34.20	29.20	24.20	19.20	14.20	9.20	4.20	0.20	0.20
30.000	14.000	89.31	75.30	70.30	65.30	60.30	55.30	50.30	45.30	40.30	35.30	30.30	25.30	20.30	15.30	10.30	5.30	0.30	0.30
30.000	15.100	90.41	76.40	71.40	66.40	61.40	56.40	51.40	46.40	41.40	36.40	31.40	26.40	21.40	16.40	11.40	6.40	0.40	0.40
30.000	16.200	91.51	77.50	72.50	67.50	62.50	57.50	52.50	47.50	42.50	37.50	32.50	27.50	22.50	17.50	12.50	7.50	0.50	0.50
30.000	17.300	92.61	78.60	73.60	68.60	63.60	58.60	53.60	48.60	43.60	38.60	33.60	28.60	23.60	18.60	13.60	8.60	0.60	0.60
30.000	18.400	93.71	79.70	74.70	69.70	64.70	59.70	54.70	49.70	44.70	39.70	34.70	29.70	24.70	19.70	14.70	9.70	0.70	0.70
30.000	19.500	94.81	80.80	75.80	70.80	65.80	60.80	55.80	50.80	45.80	40.80	35.80	30.80	25.80	20.80	15.80	10.80	0.80	0.80
30.000	20.600	95.91	81.90	76.90	71.90	66.90	61.90	56.90	51.90	46.90	41.90	36.90	31.90	26.90	21.90	16.90	11.90	0.90	0.90
30.000	21.700	97.01	83.00	78.00	73.00	68.00	63.00	58.00	53.00	48.00	43.00	38.00	33.00	28.00	23.00	18.00	12.90	1.00	1.00
30.000	22.800	98.11	84.10	79.10	74.10	69.10	64.10	59.10	54.10	49.10	44.10	39.10	34.10	29.10	24.10	19.10	13.90	1.10	1.10
30.000	23.900	99.21	85.20	80.20	75.20	70.20	65.20	60.20	55.20	50.20	45.20	40.20	35.20	30.20	25.20	20.20	14.90	1.20	1.20
30.000	25.000	100.31	86.30	81.30	76.30	71.30	66.30	61.30	56.30	51.30	46.30	41.30	36.30	31.30	26.30	21.30	15.90	1.30	1.30
30.000	26.100	101.41	87.40	82.40	77.40	72.40	67.40	62.40	57.40	52.40	47.40	42.40	37.40	32.40	27.40	22.40	16.90	1.40	1.40
30.000	27.200	102.51	88.50	83.50	78.50	73.50	68.50	63.50	58.50	53.50	48.50	43.50	38.50	33.50	28.50	23.50	17.90	1.50	1.50
30.000	28.300	103.61	89.60	84.60	79.60	74.60	69.60	64.60	59.60	54.60	49.60	44.60	39.60	34.60	29.60	24.60	18.90	1.60	1.60
30.000	29.400	104.71	90.70	85.70	80.70	75.70	70.70	65.70	60.70	55.70	50.70	45.70	40.70	35.70	30.70	25.70	19.90	1.70	1.70
30.000	30.500	105.81	91.80	86.80	81.80	76.80	71.80	66.80	61.80	56.80	51.80	46.80	41.80	36.80	31.80	26.80	20.90	1.80	1.80
30.000	31.600	106.91	92.90	87.90	82.90	77.90	72.90	67.90	62.90	57.90	52.90	47.90	42.90	37.90	32.90	27.90	21.90	1.90	1.90
30.000	32.700	108.01	94.00	89.00	84.00	79.00	74.00	69.00	64.00	59.00	54.00	49.00	44.00	39.00	34.00	29.00	22.90	2.00	2.00
30.000	33.800	109.11	95.10	90.10	85.10	80.10	75.10	70.10	65.10	60.10	55.10	50.10	45.10	40.10	35.10	30.10	23.90	2.10	2.10
30.000	34.900	110.21	96.20	91.20	86.20	81.20	76.20	71.20	66.20	61.20	56.20	51.20	46.20	41.20	36.20	31.20	24.90	2.20	2.20
30.000	36.000	111.31	97.30	92.30	87.30	82.30	77.30	72.30	67.30	62.30	57.30	52.30	47.30	42.30	37.30	32.30	25.90	2.30	2.30
30.000	37.100	112.41	98.40	93.40	88.40	83.40	78.40	73.40	68.40	63.40	58.40	53.40	48.40	43.40	38.40	33.40	26.90	2.40	2.40
30.000	38.200	113.51	99.50	94.50	89.50	84.50	79.50	74.50	69.50	64.50	59.50	54.50	49.50	44.50	39.50	34.50	27.90	2.50	2.50
30.000	39.300	114.61	100.60	95.60	90.60	85.60	80.60	75.60	70.60	65.60	60.60	55.60	50.60	45.60	40.60	35.60	28.90	2.60	2.60
30.000	40.400	115.71	101.70	96.70	91.70	86.70	81.70	76.70	71.70	66.70	61.70	56.70	51.70	46.70	41.70	36.70	29.90	2.70	2.70
30.000	41.500	116.81	102.80	97.80	92.80	87.80	82.80	77.80	72.80	67.80	62.80	57.80	52.80	47.80	42.80	37.80	30.90	2.80	2.80
30.000	42.600	117.91	103.90	98.90	93.90	88.90	83.90	78.90	73.90	68.90	63.90	58.90	53.90	48.90	43.90	38.90	31.90	2.90	2.90
30.000	43.700	119.01	105.00	100.00	95.00	90.00	85.00	80.00	75.00	70.00	65.00	60.00	55.00	50.00	45.00	40.00	32.90	3.00	3.00
30.000	44.800	120.11	106.10	101.10	96.10	91.10	86.10	81.10	76.10	71.10	66.10	61.10	56.10	51.10	46.10	41.10	33.90	3.10	3.10
30.000	45.900	121.21	107.20	102.20	97.20	92.20	87.20	82.20	77.20	72.20	67.20	62.20	57.20	52.20	47.20	42.20	34.90	3.20	3.20
30.000	47.000	122.31	108.30	103.30	98.30	93.30	88.30	83.30	78.30	73.30	68.30	63.30	58.30	53.30	48.30	43.30	35.90	3.30	3.30
30.000	48.100	123.41	109.40	104.40	99.40	94.40	89.40	84.40	79.40	74.40	69.40	64.40	59.40	54.40	49.40	44.40	36.90	3.40	3.40
30.000	49.200	124.51	110.50	105.50	100.50	95.50	90.50	85.50	80.50	75.50	70.50	65.50	60.50	55.50	50.50	45.50	37.90	3.50	3.50
30.000	50.300	125.61	111.60	106.60	101.60	96.60	91.60	86.60	81.60	76.60	71.60	66.60	61.60	56.60	51.60	46.60	38.90	3.60	3.60
30.000	51.400	126.71	112.70	107.70	102.70	97.70	92.70	87.70	82.70	77.70	72.70	67.70	62.70	57.70	52.70	47.70	39.90	3.70	3.70
30.000	52.500	127.81	113.80	108.80	103.80	98.80	93.80	88.80	83.80	78.80	73.80	68.80	63.80	58.80	53.80	48.80	40.90	3.80	3.80
30.000	53.600	128.91	114.90	109.90	104.90	99.90	94.90	89.90	84.90	79.90	74.90	69.90	64.90	59.90	54.90	49.90	41.90	3.90	3.90
30.000	54.700	130.01	116.00	111.00	106.00	101.00	96.00	91.00	86.00	81.00	76.00	71.00	66.00	61.00	56.00	51.00	42.90	4.00	4.00
30.000	55.800	131.11	117.10	112.10	107.10	102.10	97.10	92.10	87.10	82.10	77.10	72.10	67.10	62.10	57.10	52.10	43.90	4.10	4.10
30.000	56.900	132.21	118.20	113.20	108.20	103.20	98.20	93.20	88.20	83.20	78.20	73.20	68.20	63.20	58.20	53.20	44.90	4.20	4.20
30.000	58.000	133.31	119.30	114.30	109.30	104.30	99.30	94.30	89.30	84.30	79.30	74.30	69.30	64.30	59.30	54.30	45.90	4.30	4.30
30.000	59.100	134.41	120.40	115.40	110.40	105.40	100.40	95.40	90.40	85.40	80.40	75.40	70.40	65.40	60.40	55.40	46.90	4.40	4.40
30.000	60.200	135.51	121.50	116.50	111.50	106.50	101.50	96.50	91.50	86.50	81.50	76.50	71.50	66.50	61.50	56.50	47.90	4.50	4.50
30.000	61.300	136.61	122.60	117.60	112.60	107.60	102.60	97.60	92.60	87.60	82.60	77.60	72.60	67.60	62.60	57.60	48.90	4.60	4.60
30.000	62.400	137.71	123.70	118.70	113.70	108.70	103.70	98.70	93.70	88.70	83.70	78.70	73.70	68.70	63.70	58.70	49.90	4.70	4.70
30.000	63.500	138.81	124.80	119.80	114.80	109.80	104.80	99.80	94.80	89.80	84.80	79.80	74.80	69.80	64.80	59.80	50.90	4.80	4.80
30.000	64.600	139.91	125.90	120.90	115.90	110.90	105.90	100.90	95.90	90.90	85.90	80.90	75.90	70.90	65.90	60.90	51.90	4.90	4.90
30.000	65.700	141.01	127.00	122.00	117.00	112.00	107.00	102.00	97.00	92.00	87.00	82.00	77.00	72.00	67.00	62.00	52.90	5.00	5.00
30.000	66.800	142.11	128.10	123.10	118.10	113.10	108.10	103.10	98.10	93.10	88.10	83.10	78.10	73.10	68.10	63.10	53.90	5.10	5.10
30.000	67.900	143.21	129.20	124.20	119.20	114.20	109.20	104.20	99.20	94.20	89.20	84.20	79.20	74.20	69.20	64.20	54.90	5.20	5.20
30.000	69.000	144.31	130.30	125.30	120.30	115.30	110.30	105.30	100.30	95.30	90.30	85.30	80.30	75.30	70.30	65.30	55.90	5.30	5.30
30.000	70.100	145.41	131.40	126.40	121.40	116.40	111.40	106.40	101.40	96.40	91.40	86.40	81.40	76.40	71.40	66.40	56.90	5.40	5.40
30.000	71.200	146.51	132.50	127.50	122.50	117.50	112.50	107.50	102.50	97.50	92.50	87.50	82.50	77.50	72.50	67.50	57.90	5.50	5.50
30.000	72.300	147.61	133.60	128.60	123.60	118.60	113.60	108.60	103.60	98.60	93.60	88.60	83.60	78.60	73.60	68.60	58.90	5.60	5.60
30.000	73.400	148.71	134.70	129.70	124.70	119.70	114.70	109.70	104.70	99.70	94.70	89.70	84.70	79.70	74.70	69.70	59.90	5.70	5.70
30.000	74.500	149.81	135.80	130.80	125.80	120.80	115.80	110.80	105.80	100.80	95.80	90.80	85.80	80.80	75.80	70.80	60.90	5.80	5.80
30.000	75.600	150.91	136.90	131.90	126.90	121.90	116.90	111.90											



BANK EKA
KREDIT. KENDARAAN. INVESTASI.



BANK EKA
KREDIT. KENDARAAN. INVESTASI.



BANK EKA
PT BPR EKA BUMI ARTHA

Informasi dan keterangan lebih lanjut
silahkan hubungi kantor Bank Eka terdekat.

Kantor Pusat Kantor Cabang ✓ Bandar Lampung ✓ Bandar Jaya ✓ Way Japara ✓ Kalanda ✓ Pringrejo ✓ Katabaru ✓ Lies ✓ Unit II ✓ Baratara	J. A. Yani No. 79 Metro, Lampung Telp. 0723 - 41240 J. A. Yani No. 35 Tanjung Karang Telp. 0723 - 24200 J. Rusa Proklamator No. 127 Telp. 0725 - 20204 J. Raya Raj. Japara Telp. 0725 - 94520 J. Radin Wira, Way Ujung Telp. 0727 - 32200 J. Ahmad Yani No. 31, Telp. 0728 - 28875 J. Jend. Sudirman No. 11 Telp. 0734 - 01042 J. L.ek Ranau No. 123 Telp. 0735 - 71801 J. Lintas Timur, Unit II Tulang Bawang Telp. 0758 - 70000 J. Lintas Sumatera Baratara, Way Karan Telp. 0723 - 47010
---	---

✓ **KANTOR KAS**

J. Lintas Timor, Belakawa 05, Subulawa, Telp. 092321-032407

Pengisian Formulir:

Pilih saja kendaraannya

Bank Eka yang bayar...











OTORITAS
JASA
KEUANGAN



AYO ke BANK



Tabungan SimPel Bank Eka adalah tabungan khusus bagi kamu pelajar PAUD, SD, SMP dan SMA atau sederajat yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Manfaat SimPel

- Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan.
- Mendorong budaya gemar menabung.
- Melatih pengelolaan keuangan sejak dini.



BANK EKA
PT BPR EKA BUMI ARTHA

KREDIT KENDARAAN BERMOTOR

Fasilitas kredit yang disediakan dalam rangka pengaplikasian nilai kearifan lokal, kemaknaan, kepedulian masyarakat, dan daya tarik yang ada pada produk lokal.

KEUNTUNGAN

- Suku Bunga Kompetitif ● Proses Cepat
- Uang Muka Ringan ● Jangka Waktu Fleksibel
- Segala Jenis Kemudahan

INFORMASI PENTING :

1. PKK Koperasi BAKN Berada dan beroperasi di provinsi: Jawa Tengah Indonesia.
2. Jarak dari rumah ke lokasi: 10 km
3. Jumlah di lokasi: 10 orang
4. Usia minimum anggota: 21 tahun dan maksimum 65 tahun pada saat pengajuan pinjam
5. Jenis kelamin: Perempuan

PERSYARATAN DOKUMEN:

No.	Dokumen	PKK	Masyarakat	Profesional
1.	Surat Keterangan Pendaftaran	✓	✓	✓
2.	BPJS	✓	✓	✓
3.	Dokumen Tambahan			
	• Foto paspor ukuran 4x6	✓	✓	✓
	• Foto ukuran 3x4	✓	✓	✓
	• Foto ukuran 2x3	✓	✓	✓
	• Surat keterangan keluarga	✓	✓	✓
	• Akta kelahiran	✓	✓	✓
	• Kartu tanda pengenal	✓	✓	✓
	• Kartu tanda pengenal keluarga	✓	✓	✓
	• Paspor	✓	✓	✓
	• Kartu keluarga	✓	✓	✓

*Persyaratan dapat disesuaikan oleh bank

FORMULIR PERMOHONAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : _____

Kelamin : _____

Alamat Tempat Tinggal : _____

Tempat & Tanggal Lahir : _____

Nama Gado Ibu Kandung : _____

Alamat : _____

Kelamin : _____

Nama Suami : _____

Alamat : _____

No. Telp : _____

Dengan ini mengajukan permohonan **Kredit Kendaraan Bermotor (SKB)** kepada PT BPKB Bakti Artha sebagai berikut :

a. Jumlah Pengajuan : Rp _____

b. Tenor : _____

c. Jaminan Kendaraan : _____

d. Jangka Waktu Kredit : _____

Materai, tanggal _____

Materai, tanggal _____

BANK EKA
PT BPR EKA BUMI ARTHA

SimPel nabungnya,
banyak untungnya

Simpanan Pelajar (SimPel)

Pelajar pun bisa nabung di bank...

- ✓ Bebas biaya administrasi bulanan
- ✓ Setoran awal ringan, hanya Rp 5.000
- ✓ Saldo minimum rekening Rp 5.000
- ✓ Rekening atas nama siswa

OJK OTORITAS JASA KEUANGAN

AYO by BANK

[illegible]



BANK EKA
PT BPRS EKA BUN ARTHA

SLIP SETORAN

Tanggal - -

No. Rekening - - -

Nama pemegang rekening

Alamat penyeter

Telepon/HP

JENIS SETORAN	JUMLAH
☐ Tunai	
☐ Non-Tunai	
Setoran	
Biaya	
Jumlah yang dikreditkan	

Tarbiang

Keterangan

1. Setoran dengan uang sendiri dibukukan langsung ke rekening Tabung
2. Setoran akan dibukukan setelah dana diterima cabang

Penyeter

Teller

 BANK EKA PT. BPR EKA BUMI ARTHA		SLIP PENARIKAN
Validasi		
Tanggal - - Harap dibayarkan atas beban: No. Rekening • • • Nama pemegang rekening Terbilang 	☐ Tunai ☒ Pemindahan, kepada:	No. Rekening : Bank : Atas nama : Jumlah penarikan Rp.
Keterangan: - Penarikan di cabang lain harus menunjukkan identitas asli - Penarikan dengan kuasa harus disertai identitas asli para pihak		
Penarik _____		Teller _____

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Iffah Ratikah Devi dilahirkan di Desa Purworejo Kecamatan Kotagajah pada tanggal 24 September 1996, anak tunggal dari pasangan Ayahanda Sutriyanto dan Ibunda Umayah Khotijah.

Penulis menyelesaikan Pendidikan di Taman Kanak-Kanak RA Raudhatul Athfal Purworejo pada tahun 2000 dan lulus pada tahun 2002. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SDN 2 Purworejo pada tahun 2002 dan lulus pada tahun 2008. Penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Kotagajah pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Punggur pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014, lalu penulis melanjutkan pendidikannya pada tahun 2014 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan D III Perbankan Syariah hingga sekarang.