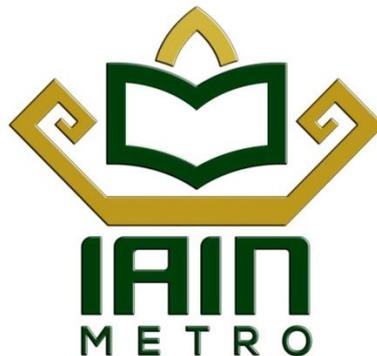


SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH
KANTOR CABANG KEDATON**

Oleh:

**BERNITA PUTRI MEILISTIYA
NPM. 1502100016**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH
KANTOR CABANG KEDATON**

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

Oleh:

**BERNITA PUTRI MEILISTIYA
NPM. 1502100016**

Pembimbing I : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
Pembimbing II : Liberty, SE, MA

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Bernita Putri Meilistiya**

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

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

Nama : **BERNITA PUTRI MEILISTIYA**
NPM : 1502100016
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH
KANTOR CABANG KEDATON**

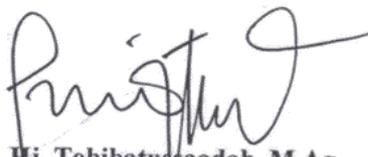
Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Oktober 2019

Pembimbing I,


Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Pembimbing II,


Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR
CABANG KEDATON**

Nama : **BERNITA PUTRI MEILISTIYA**
NPM : 1502100016
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

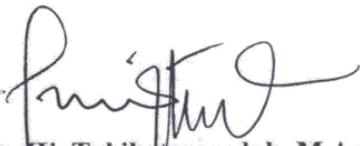
MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Oktober 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002


Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002



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

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 3352 /In.28.3/D/PP.00.9/11/2019

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON, disusun Oleh: BERNITA PUTRI MEILISTIYA, NPM: 1502100016, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/15 November 2019.

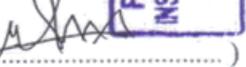
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag

Penguji I : Rina El Maza, S.H.I.,M.S.I

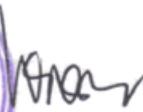
Penguji II : Liberty, SE, MA

Sekretaris : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

()
()
()
()


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON

Oleh:

BERNITA PUTRI MEILISTIYA
NPM. 1502100016

BRI Syariah hadir melalui Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) untuk membantu anak-anak memupuk kesadaran menabung sekaligus meningkatkan *literasi* agar mereka mengenal bank sejak dini. Didalam tabungan Simpanan Pelajar ini terdapat 3 pihak yaitu Bank, penabung dan sekolah. Keuntungan bagi sekolah dengan adanya tabungan Simpanan Pelajar ini adalah bisa mendidik siswa-siswi untuk menabung sejak dini yang mana di bantu oleh pihak bank agar siswa-siswi bisa menyisihkan uang jajan mereka. Semenjak meluncurkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel), BRI Syariah hingga saat ini terus meningkatkan kerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan guna terus memasyarakatkan produk Tabungan SimPel BRI Syariah tersebut. Jadi dengan adanya tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) ini anak-anak PAUD, TK, SD, SMP, SMA sudah mengetahui bank sejak dini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dalam memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), sedangkan sifat penelitiannya yaitu deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi. Data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton pada tabungan Simpanan Pelajar yaitu dengan menerapkan konsep *segmenting, targeting, positioning*, serta dengan menerapkan tujuh unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni *strategi produk, strategi price, strategi promotion, dan strategi place, people, physical Evidence dan process*. Strategi pemasaran tabungan simpanan pelajar (simpel) dari tahun ke tahun tidak sempurna berhasil karena berdasarkan laporan total pendapatan nasabah dari produk Tabungan simpanan pelajar (simpel) pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton periode 2019 hanya sedikit jumlah nasabahnya.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : BERNITA PUTRI MEILISTIYA

NPM : 1502100016

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, November 2019
Yang Menyatakan,



Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ

تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S. Ali Imran: 159)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2005),

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak berkah dalam hidup penulis. Penulis persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada:

1. Kedua orang tuaku Ibu Lilis Setia Ningsih dan Bapak Baheram Syah yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk saya.
2. Saudara adik kandung saya Bernindi Piana Putri, Wosi Bagaskara Rahagi dan Wafi Khairul Ramadhan yang senantiasa memberikan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu menyemangati dan membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tidak akan mungkin sampai di sini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.
4. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

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

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Ibu Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Ibu Liberty, SE, MA, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Pimpinan, segenap Karyawan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, November 2019
Peneliti,



Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
ORISINALITAS PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
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	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Penelitian Relevan	7
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Bank Syariah	10
1. Pengertian Bank Syariah	10
2. Bentuk-bentuk Bank Syariah.....	12
B. Strategi Pemasaran	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Manfaat Strategi Pemasaran	14
3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	15
C. Tabungan Simpanan Pelajar	20
1. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar	20

2. Keuntungan Tabungan Simpanan Pelajar	21
3. Persyaratan Tabungan Simpanan Pelajar	22
D. Wadi'ah	23
1. Pengertian Wadi'ah	23
2. Jenis-jenis Wadi'ah	24
3. Landasan Hukum Wadi'ah	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	28
B. Sumber Data	29
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Teknik Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Profil Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton	34
1. Sejarah dan Perkembangan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton.....	34
2. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton.....	35
3. Produk Tabungan Simpanan Pelajar Bank BRI Syariah Kedaton	40
B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton	42
BAB V PENUTUP	48
A. Kesimpulan.....	48
B. Saran	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton	5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton	36

DAFTAR LAMPIRAN

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya dengan pola dan atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.²

Ada banyak definisi mengenai strategi pemasaran. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variable-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran. Menurut Kotler, marketing (pemasaran) adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran (*exchange*).

Salah satu dari definisi pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Didefinisikan secara luas, pemasaran

¹ Gatot Supramono, *Perbankan dan Masalah Kredit*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 45

² Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1

adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain nya.³

Berdasarkan pengertian pemasaran di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran timbul karena adanya suatu proses kegiatan untuk mengenal produk-produk yang dihasilkan dari suatu perusahaan, agar perusahaan tersebut dapat dikenal oleh masyarakat sehingga target perusahaan dapat tercapai dan berkembang pesat.

Kegiatan pemasaran Bank syariah yang dilakukan oleh Bank syariah yaitu:

1. Kegiatan pemasaran bank syariah selalu ada dalam usaha, baik usaha yang berorientasi positif maupun usaha-usaha sosial.
2. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakatnya suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi sangat penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat.
3. Pemasaran dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.⁴

Strategi pemasaran harus menjadi perhatian bagi Bank Syariah agar memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya di dalam bidang pemasaran guna menarik minat nasabah dalam menggunakan produk-produk bank syariah tersebut. Dalam system pemasaran baik dilakukan melalui media cetak, elektronik maupun secara langsung agar target pemasaran tercapai.

Bank BRI Syariah memberikan penawaran pemasaran melalui produk-produk yang diberikan salah satunya adalah Al Wadiah. Al-Wadi'ah dapat

³ Irham Fahmi, *Manajemen Strategi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 70

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 174

diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.⁵

Menurut Bapak Yuliawan Andri Putra selaku Pimpinan Cabang Bank BRI Syariah salah satu produk menarik yang ditawarkan BRI Syariah adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yang di luncurkan BRI Syariah dalam rangka mendukung program Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggiatkan edukasi dan inklusi keuangan guna mendorong budaya menabung sejak dini. menyatakan bahwa tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) merupakan produk baru di Bank BRI Syariah ini. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan sejak dini dimana tabungan ini mengajak anak-anak untuk giat menabung sejak dini. Tujuan nya adalah untuk gemar menabung, untu mengedukasi keuangan bagi siswa, mengajarkan siswa untuk mengelola *financial* nya (menyisihkan uang jajan mereka).⁶

BRI Syariah hadir melalui Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) untuk membantu anak-anak memupuk kesadaran menabung sekaligus meningkatkan *literasi* agar mereka mengenal bank sejak dini. Didalam tabungan Simpanan Pelajar ini terdapat 3 pihak yaitu Bank, penabung dan sekolah. Keuntungan bagi sekolah dengan adanya tabungan Simpanan Pelajar ini adalah bisa mendidik siswa-siswi untuk menabung sejak dini yang mana di bantu oleh pihak bank agar siswa-siswi bisa menyisihkan uang jajan mereka. Semenjak

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003) h. 85

⁶ Bapak Yuliawan Andri Putra, Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 15 November 2018

meluncurkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel), BRI Syariah hingga saat ini terus meningkatkan kerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan guna terus memasyarakatkan produk Tabungan SimPel BRI Syariah tersebut. Jadi dengan adanya tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) ini anak-anak PAUD, TK, SD, SMP, SMA sudah mengetahui bank sejak dini.

Keunikan dari tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) ini adalah apabila nasabah menabung selama satu tahun akan diberikan gift atau hadiah dari pihak bank BRI Syariah untuk nasabah tersebut. Perbedaan tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) BRI Syariah dengan Bank lain nya adalah cara memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) tersebut. Dimana Bank BRI Syariah ini memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) ini dengan cara membuka stand disetiap sekolah. Biasa dilakukan setiap satu minggu sekali ke sekolah yang berbeda-beda.⁷

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menganjurkan setiap bank untuk memiliki tabungan Simpanan Pelajar ini. Otoritas jasa keuangan (OJK) setiap 1 bulan sekali memonitoring bank apakah tabungan Simpanan Pelajar ini banyak di minati oleh siswa-siswi. Bank wajib melaporkan perkembangan setiap produk tabungan Simpanan Pelajar. Dan Otoritas jasa keuangan (OJK) menganjurkan setiap bank untuk menawarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) tersebut.⁸Berikut merupakan tabel data dari Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel):

⁷ Bapak Yuliawan Andri Putra, Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 15 November 2018

⁸ Bapak Yuliawan Andri Putra, Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 15 November 2018

Tabel 1.1.
Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah
Kantor Cabang Kedaton⁹

No	Nama Bank	Januari	Februari	Maret	April
1	Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung	390 Nasabah	388 Nasabah	385 Nasabah	385 Nasabah
2	Kantor Cabang Pembantu Metro	0	0		
3	Kantor Cabang Pembantu Sribawono	0	0		
4	Kantor Cabang Pembantu Pringsewu	189 Nasabah	189 Nasabah	189 Nasabah	189 Nasabah
5	Kantor Cabang Pembantu Bandar Jaya	0	0		
6	Kantor Cabang Pembantu Tulang Bawang Barat	175 Nasabah	175 Nasabah	175 Nasabah	175 Nasabah
7	Kantor Cabang Pembantu Natar	30 Nasabah	30 Nasabah	30 Nasabah	30 Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, peneliti menyimpulkan bahwa ada penurunan di setiap bulan nya. Akan tetapi penurunan tersebut masih termasuk dalam hal wajar. Karena tidak terjadi penurunan secara drastis pada bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

Tabungan merupakan simpanan yang ditawarkan oleh bank kepada masyarakat. Sedangkan tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) ini adalah produk dari Tabungan. Tabungan BRI Syariah terdiri dari Tabungan Faedah, Tabungan Haji, Tabungan Impian, Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL), Deposito BRI Syariah.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat penulis simpulkan ada permasalahan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yaitu strategi bank untuk memasarkan produk “Simpanan Pelajar (SIMPEL)” sehingga

⁹ Bapak Yuliawan Andri Putra, Pimpinan Cabang BRI Syariah KC Kedaton, *Wawancara*, pada tanggal 15 November 2018

masyarakat tertarik untuk menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka pertanyaan penelitian pada penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dalam memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)”?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dalam memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

- 1) Menambah khazanah keilmuan yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu perbankan syariah.
- 2) Sebagai acuan untuk penelitian serupa di masa yang akan datang serta dapat dikembangkan lebih lanjut demi mendapatkan hasil yang sesuai dengan perkembangan zaman.

b. Secara Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan wawasan pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas mengenai strategi pemasaran dan produk tabungan.
- 2) Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi peneliti khususnya dan bagi bank syariah pada umumnya dalam mempraktikkan strategi pemasaran dalam memasarkan produk tabungan.

D. Penelitian Relevan (*Prior Research*)

Terkait dengan penelitian ini, sebelumnya telah ada beberapa penelitian yang mengangkat tema yang sama dengan penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi karya Mahdaleni, dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi’ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro)”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMI KCP Metro adalah menggunakan 4 unsur bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan saluran distribusi (*place*). Dalam strategi produk, strategi yang digunakan adalah dengan cara menawarkan beragam manfaat yang menguntungkan bagi nasabah dan melakukan *redesigne benefit*. Dalam strategi harga BMI KCP Metro memberikan biaya administrasi yang relatif murah, hal ini dilakukan agar nasabah tidak merasa terbebani dengan biaya administrasi. Dalam strategi promosi, BMI KCP Metro menggunakan periklanan, radio, menyebar brosur, dan penyebaran pribadi dengan cara seorang marketing

datang langsung ke kediaman nasabah serta melakukan kerjasama kelembagaan (cobranding). Dalam strategi saluran distribusi, BMI KCP Metro menggunakan sistem jemput bola.¹⁰

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran. Akan fokus yang diteliti berbeda. Penelitian relevan di atas difokuskan pada produk tabungan wadi'ah dalam upaya meningkatkan nasabah, sedangkan pada penelitian difokuskan hanya pada strategi pemasaran pada produk simpanan pelajar.

2. Skripsi karya Riska Citra Yanti, dengan judul: “Strategi Pemasaran Simpanan Wadi'ah pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri di BMT Ar-Rahmah”. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa strategi pemasaran produk simpanan wadi'ah yang dilakukan BMT Ar-Rahmah dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk Simpanan Hari Raya yaitu menggunakan Segmentasi, Targeting dan Positioning. Selain itu, dalam memasarkan produknya diterapkan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri atas 4P yaitu Strategi Product (produk), Strategi Price (harga), Strategi Place (tempat/saluran distribusi) dan Strategi Promotion (promosi) yang menggunakan periklanan (advertising) dan promosi penjualan (personal selling) dengan menerapkan strategi jemput bola.¹¹

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran. Akan

¹⁰ Mahdaleni, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro)”, Tugas Akhir, (Metro: IAIN Metro, 2014).

¹¹ Riska Citra Yanti, dengan judul: “Strategi Pemasaran Simpanan Wadi'ah pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri di BMT Ar-Rahmah”, Skripsi, (Metro: IAIN Metro, 2017)

fokus yang diteliti berbeda. Penelitian relevan di atas difokuskan pada produk simpanan hari raya, sedangkan pada penelitian difokuskan pada strategi pemasaran pada produk simpanan pelajar.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan gabungan dari dua kata, yakni bank dan syariah. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.² Sedangkan syariah adalah peraturan-peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah atau telah digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum muslimin supaya mematuhi, supaya syariah ini diambil oleh orang Islam sebagai penghubung di antaranya dengan Allah dan di antaranya dengan manusia.³

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan

¹ Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2009), 4

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 3

³ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 7

perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam.⁴

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar yaitu menerima deposito dari pemilik modal (depositor) dan mempunyai kewajiban (*liability*) untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya dengan pola dan atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam.⁵

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang beroperasi dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi Saw. Atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.⁶

Jadi Bank Syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berlebih dana dengan pihak yang kekurangan dana yang oprasionalnya dan produknya di kembangkan berdasarkan pada Al-Qur'an dan Al-Hadist Nabi SAW.

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), 32-33

⁵ Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), 1

⁶ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 2

2. Bentuk-bentuk Bank Syariah

Regulasi mengenai bank syariah di Indonesia tertuang dalam UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

- a. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.
- b. Unit Usaha Syariah, yang selanjutnya disebut UUS, adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah.
- c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁷

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran terdiri dari dua kata, yaitu strategi dan pemasaran. Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi berperan penting pada era global dan perdagangan bebas sekarang ini, ketika persaingan semakin hebat.⁸

⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga*, 58-59.

⁸ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 197

Sedangkan pemasaran menurut Philip Kotler, sebagaimana dikutip oleh Anoraga yaitu 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.⁹

Cravens dan Piercy dalam Donni Juni Priansa menyatakan bahwa strategi pemasaran merupakan proses *market-driven* dari pengembangan strategi yang mempertimbangkan perubahan lingkungan dan kebutuhan untuk menawarkan superior customer value. Fokus strategi pemasaran adalah kinerja organisasi. Dalam hal ini, strategi pemasaran menghubungkan organisasi dengan lingkungan serta memandang pemasaran sebagai suatu fungsi yang memiliki tanggung jawab melebihi fungsi lain dalam keseluruhan aktivitas bisnis.¹⁰

Strategi pemasaran merupakan setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.¹¹ Manajemen strategis adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan memperhitungkan

⁹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 215

¹⁰ Donni Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017), 51.

¹¹ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi*, 70.

berbagai sisi dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi.¹²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran merupakan suatu cara sistematis yang dilakukan untuk menentukan suatu tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan.

2. Manfaat Strategi Pemasaran

Supriyono mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

- a. Mengantisipasi masalah kesempatan masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah dengan cepat.
- b. Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan.
- c. Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang berisiko.
- d. Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap kesuksesan perusahaan atau mengarah ke kegagalan.
- e. Memberikan informasi pada manajemen puncak dalam merumuskan tujuan akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungan.
- f. Membantu praktik-praktik manajer.¹³

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa manfaat strategi pemasaran yaitu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dari perusahaan tertentu.

¹² Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 2.

¹³ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi*, 198.

3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Marketing mix dalam perspektif Islam, terdiri dari¹⁴:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan barang yang dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Fase yang harus dipahami oleh seorang marketer dalam membawa sebuah produk meliputi menentukan keunggulan produk (*core benefit*), produk yang sesungguhnya (*augmented product*).¹⁵

Konsep produk merupakan suatu pengertian atau pandangan nasabah terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Jadi, nasabah berfikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya nasabah memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk. Misalnya, terhadap produk “A”. apakah arti produk ini bagi nasabah, biasanya nasabah menimbang-nimbang sebelum menggunakan produk ini.

Dengan menggunakan produk ini, apakah usahanya semakin maju dan bermanfaat atau malah sebaliknya. Jadi, produk-produk yang mampu untuk menarik nasabah dan kemudian membuat nasabah tersebut terdorong untuk menggunakan produk tersebut dan setelah menggunakannya nasabah akan dapat menjadi puas sehingga terjadilah penggunaan produk itu berulang-ulang oleh nasabah.

¹⁴ Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah Teori, Filosof & Isu-Isu Kontemporer*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017), 161

¹⁵ *Ibid.*, 162-163

Setiap produk sebenarnya akan memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masa-masa itu semua yang akan dialami setiap produk.

Karena produk bank merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam menjalankan bisnisnya bank perlu memerhatikan hal-hal berikut ini:

- 1) Kuantitas Bankir (karyawan) dalam melayani nasabah
- 2) Kualitas yang disajikan oleh para bankir terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya
- 3) Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah;
- 4) Kemasan atau bentuk jasa yang diberikan
- 5) Merek bagi setiap jasa yang ditawarkan
- 6) Ada jaminan terhadap jasa yang diberikan¹⁶

b. Price (harga)

Setiap produk atau jasa yang ditawarkan dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan, oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.¹⁷

Setiap perbankan perlu memikirkan tentang penetapan harga atau biaya pada produknya secara tepat karena biaya yang tidak tepat

¹⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 216-221

¹⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 15

akan berakibat tidak menarik para nasabah untuk menggunakan produk itu. Hal ini tidak berarti bahwa pihak bank harus menetapkan harga serendah mungkin. Oleh karena itu maka penentuan harga atau biaya haruslah dipikir baik-baik.

Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk bertahan hidup
- 2) Untuk memaksimalkan laba
- 3) Untuk memperbesar market share
- 4) Mutu produk
- 5) Karena pesaing.¹⁸

c. *Promotion (Promosi)*

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah *advertensi, sales promotion, personal selling*. Promosi di sini terkait dengan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.¹⁹

¹⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan.*, 229

¹⁹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, 15-16

Advertensi merupakan alat utama bagi bank untuk mempengaruhi nasabahnya. Advertensi dapat dilakukan oleh bank melalui media televisi, radio, surat kabar, majalah, reklame, dll.

Sales promotion, merupakan kegiatan bank dalam menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya. Misal, menempatkan pamflet di depan kantor atau papan pengumuman sehingga banyak nasabah yang melihat dan kemudian berminat untuk menggunakan produk tersebut.

Personal selling, merupakan kegiatan bank untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabahnya. Dengan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara bank dan nasabah maupun calon nasabahnya. Yang termasuk dalam kategori ini adalah dari pintu ke pintu, telepon, dll.²⁰

d. Place (tempat)

Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu, sistem transportasi, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi.²¹

Strategi distribusi berkaitan dengan bank dalam menyalurkan produk kepada masyarakat sesuai dengan produk yang cocok dan kebutuhan masyarakat. Jadi, bank harus pintar dalam mencari produk

²⁰ Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001), 205-216

²¹ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran*, 16

yang cocok untuk nasabah berdasarkan tipe nasabah. Tujuan dari strategi distribusi adalah untuk memastikan bahwa produk yang digunakan oleh nasabah itu benar-benar cocok dan banyak membantu nasabah dalam mengembangkan usahanya. Sehingga hal tersebut dapat membuat nasabah loyal kepada bank.

Sementara itu, Boom dan Bitner menambahkan dalam bisnis jasa, bauran pemasaran disamping empat P seperti yang dikemukakan di atas, terdapat tambahan tiga P, yaitu *people*, *physical evidence*, *process*.²²

1) *People*

People yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan seperti mulai dari kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

2) *Physical Evidence*

Physical Evidence atau bukti fisik terdiri dari adanya logo atau symbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.

²² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 214

3) *Process*

Process atau proses merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan, atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi tujuh P, yaitu *product, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process*. Dan strategi pemasaran di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton sudah cukup dan sesuai dengan teori yang ada, dimana konsep pemasaran yaitu suatu tindakan yang dilakukan oleh produsen dalam mempertimbangkan keinginan atau kebutuhan dari konsumen sebelum melakukan pemasaran.

C. Tabungan Simpanan Pelajar

1. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²³

²³ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 1

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Sejak kanak-kanak seseorang sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang di bawah bantal atau di dalam celengan dan disimpan di rumah. Namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan. Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dari rumah beralih ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga.²⁴

Simpanan Pelajar adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diberikan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²⁵

Tabungan Simpanan Pelajar adalah tabungan untuk siswa/pelajar yang diterbitkan oleh Bank dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.²⁶

2. Keuntungan Tabungan Simpanan Pelajar

Keuntungan tabungan simpanan pelajar antara lain sebagai berikut:

²⁴ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 92

²⁵ <https://bri.co.id/tabungan-SimPel>, diakses pada tanggal 20 Mei 2019

²⁶ <https://bri.co.id/tabungan-SimPel>, diakses pada tanggal 20 Mei 2019

- a. Gratis biaya administrasi bulanan
- b. Setoran awal dan setoran lanjutan murah
- c. Pembukaan rekening mudah karena siswa tidak perlu mendatangi kantor bank
- d. Selain menabung di kantor bank, siswa juga dapat menabung di sekolah
- e. Pembukaan rekening tanpa melalui mekanisme *bundling* dengan rekening orang tua/ wali.
- f. Rekening atas nama siswa.²⁷

3. Persyaratan Tabungan Simpanan Pelajar

Berikut adalah beberapa hal yang perlu disiapkan untuk membuka rekening tabungan BRI SimPel

- a. Setoran awal minimum Rp 5.000,-
- b. Identitas Siswa
 - 1) Kartu Pelajar/Surat Keterangan dari Sekolah yang mencantumkan NISN (Nomor Induk Siswa Nasional)/NIS (Nomor Induk Siswa) atau Kartu Keluarga yang mencantumkan NIK (Nomor Induk Kependudukan)
 - 2) Fotocopy Akta Lahir
 - 3) Fotocopy Kartu Keluarga
 - 4) Fotocopy KTP Orangtua/wali
 - 5) Formulir Aplikasi Pembukaan Rekening

²⁷<https://bri.co.id/tabungan-SimPel>, diakses pada tanggal 20 Mei 2019

- 6) Formulir Tambahan Pembukaan Rekening (Persetujuan Orang tua/wali)

D. Wadi'ah

1. Pengertian Wadi'ah

Secara etimologis, kata wadi'ah dari kata wada'a asy-syai' jika ia meninggalkan nya pada orang yang menerima titipan. Adapun wadi'ah secara terminologis, yaitu pemberian kuasa oleh penitip kepada orang menjaga hartanya tanpa kompensasi (ganti).²⁸

Wadi'ah adalah barang yang diletakkan atau diserahkan kepada orang lain untuk dijaga, *wadi'ah* berasal dari kata '*wadu'a, yada'u*, yang berarti ketika berada di suatu tempat, karena barang yang berada di tempat orang yang dititipi, ada yang mengatakan *wadi'ah* berasal dari kata '*al-da'ah*' yang berarti istirahat, karena barang tersebut berada ditempat penyimpanan atau tempat peristirahatan milik orang yang menerima titipan.²⁹

Al-Wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.³⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa wadi'ah adalah akad penitipan barang/uang antara pihak yang mempunyai barang/uang

²⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2012), 282

²⁹ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014).h.153.

³⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003) h. 85

dengan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk menjaga keselamatan, keamanan, serta keutuhan barang/uang.

2. Jenis-jenis Wadi'ah

Akad berpola titipan (wadi'ah) ada dua, yaitu Wadi'ah Yad Amanah dan Wadi'ah yad Dhamanah. Pada awalnya, Wadi'ah muncul dalam bentuk yad al-amanah 'tangan amanah', yang kemudian dalam perkembangannya memunculkan yadh-dhamanah 'tangan penanggung'. Akad Wadi'ah yad Dhamanah ini akhirnya banyak dipergunakan dalam aplikasi perbankan syariah dalam produk-produk pendanaan.³¹

a. Titipan Wadi'ah Yad Amanah

Secara umum wadiah adalah titipan murni dari pihak penitip (muwaddi) yang mempunyai barang atau asset kepada pihak penyimpan (mustawadda) yang dibeai amanah atau kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan dan keutuhannya serta dikembalikan kapan saja penyimpan menghendaki. Barang asset yang dititipkan adalah sesuatu yang berharga berupa uang, barang, dokumen, surat berharga atau barang-barang lainnya.

b. Titipan Wadi'ah Yad Dhamanah

Prinsip yad amanah "tangan amanah" kemudian berkembang prinsip yad dhamanah "tangan penanggung" yang berarti bahwa pihak

³¹Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018), 42

penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang atau asset titipan.

Bank atau lembaga keuangan syariah apabila dalam menggunakan produk simpanan akad wadiah ini, hanya bersifat titipan saja tanpa memperoleh bagi hasil. Namun biasanya penyimpanan dana akan mendapatkan bonus yang tidak diperjanjikan diawal atau sesuai dengan kebijakan bank.³²

3. Landasan Hukum

Dasar hukum pengembangan transaksi berprinsip al-Wadi'ah, meliputi:

a. Alquran

Ayat-ayat Alquran yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi al-Wadiah, adalah:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ...

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya...*”. (QS. An Nisa’: 58)³³

... فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ
وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ...

Artinya: “*Jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya*

³² Ibid

³³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005), 69

(hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Tuhannya...". (QS Al-Baqarah:283)³⁴

b. Sunnah

Hadis-hadis Rasul yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi al-Wadi'ah, adalah:

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنْ أَيْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya: "Tunaikanlah amanah kepada orang yang mengamanahkan kepadamu, dan janganlah kamu mengkhianati orang yang mengkhianatimu." (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi, dishahihkan oleh Syaikh Al Albani dalam Al Irwaa' 5/381).³⁵

Berdasarkan hadis tersebut dapat dipahami orang yang merasa mampu dan sanggup menerima barang titipan adalah sangat baik dan mengandung nilai ibadah juga mendapat pahala, di samping mempunyai nilai sosial yang tinggi.

Hadits yang diriwayatkan dari Arar bin Syu'aib dari bapaknya, dari kakeknya, bahwa Nabi saw, bersabda:

مَنْ أُوْدِعَ وَدِيعَةً فَلَا ضَمَانَ عَلَيْهِ

Artinya: *Barang Siapa yang dititipi, ia tidak berkewajiban menjamin*'' . (Ibnu Majah: Jilid 2: 353)

Hadits ini menerangkan bahwa orang yang menerima titipan tidak berkewajiban menjamin kecuali apabila dia tidak melakukan

³⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*., 38

³⁵Mardani, *Hadis Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011)., 85

kewajiban sebagaimana mestinya atau melakukan jinayah terhadap barang titipan.³⁶

Penerima titipan harus menjaganya di tempat terjaga yang standar atau sesuai barang tersebut secara 'uruf sebagaimana hartanya dijaga. Jika barang titipan berupa hewan, maka muuda' harus memberinya makan. Jika tidak diberi makan tanpa ada perintah dari pemiliknya, lalu hewan itu mati, maka muuda' harus menggantinya, karena memberi makan hewan adalah diperintahkan. Di samping dia harus menanggungnya, dia juga berdosa karena tidak memberi makan dan minum kepada hewan tersebut hingga mati, karena wajib baginya memberi makan dan minum sebagai pemenuhan terhadap hak Allah Ta'ala, dimana hewan tersebut memiliki kehormatan.³⁷

³⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Mu'amalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 182.

³⁷ *Ibid.*, 184

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menggunakan metode, atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atas permasalahan.¹

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajari sebagai suatu kasus.² Objek penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian dalam skripsi ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.³ Sedangkan

¹ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 1998), 37.

² Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung: CV Mandar Maju, 1996), 32.

³ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011), 34.

penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif.⁴

Adapun penulisannya adalah deskriptif kualitatif, yaitu memberikan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

B. Sumber Data

Dikarenakan sumber data merupakan salah satu hal yang sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian ini diteliti guna memperoleh data mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. Sumber data penelitian dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵ Sumber data primer yang peneliti temui di lapangan adalah Manager Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung, *Customer Service* (CS), *Relationship Officer* (RO), serta nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

Nasabah sebagai sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

⁴ *Ibid.*, 34.

⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 225.

Pertimbangan tertentu ini misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas maknaan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik.⁶

Pada penelitian ini, nasabah sebagai sumber data primer ditentukan secara *purposive* (berdasarkan kriteria tertentu) sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria-kriteria nasabah tersebut antara lain sebagai berikut:

- a. Subyek sudah lama menjadi nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.
- b. Subyek memiliki tabungan simpanan pelajar (Simpel)
- c. Bersedia menjadi subyek penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen.⁷ Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder data sekunder dalam penelitian adalah buku, jurnal, artikel, sumber-sumber tertulis lainnya atau data yang berkaitan dengan dokumentasi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 85

⁷ *Ibid.*, 39.

C. Teknik Pengumpulan Data

Selain mengumpulkan data lapangan (*field research*), dalam penelitian ini dibutuhkan data pelengkap yang diambil melalui kepustakaan, peneliti mengumpulkan data dengan bantuan buku-buku, dokumen-dokumen dan lain-lain yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian lapangan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain.

1. Wawancara/*interview*

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.⁸ Cara yang digunakan peneliti adalah *interview* bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan peneliti ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang Strategi pemasaran tabungan simpanan pelajar (SimPel) pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung dengan melakukan wawancara kepada Ibu Wiwik Kurniawati selaku Manager Operasional, Ibu Anggun Oktafia selaku *Customer Service* (CS), Ibu Fetrinia Anggraini selaku *Relationship Officer* (RO), serta Chindy Permata Sari selaku nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

⁸ Muhamad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 151.

2. Dokumentasi

Merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁹

Dalam penelitian ini data yang dicari dan dikumpulkan oleh peneliti dari Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung adalah data mengenai strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah “proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah di baca dan diinterpretasikan”.¹⁰ Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Metode kualitatif maksudnya data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa dan disertai pembahasan dan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

⁹*Ibid.*, 152.

¹⁰ Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1995), 263.

Sedangkan data hasil dokumen digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan cara berfikir induktif. Nana Sudjana mengemukakan bahwa “berfikir induktif berangkat dari data-data khusus dan fakta empiris dilapangan disusun, diolah, dikaji kemudian ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum”.¹¹

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat mengetahui apakah strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) banyak diminati oleh masyarakat terutama siswa-siswi guna untuk membantu meringankan beban orang tua.

Pada penelitian ini peneliti akan mencari apakah strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung sudah berperan dengan baik atau belum.

¹¹ Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011), 7.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

1. Sejarah dan Perkembangan Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

Kehadiran PT Bank BRI Syariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT Bank BRI Syariah Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT Bank BRI Syariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Tbk.

Saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT Bank BRI Syariah Tbk tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

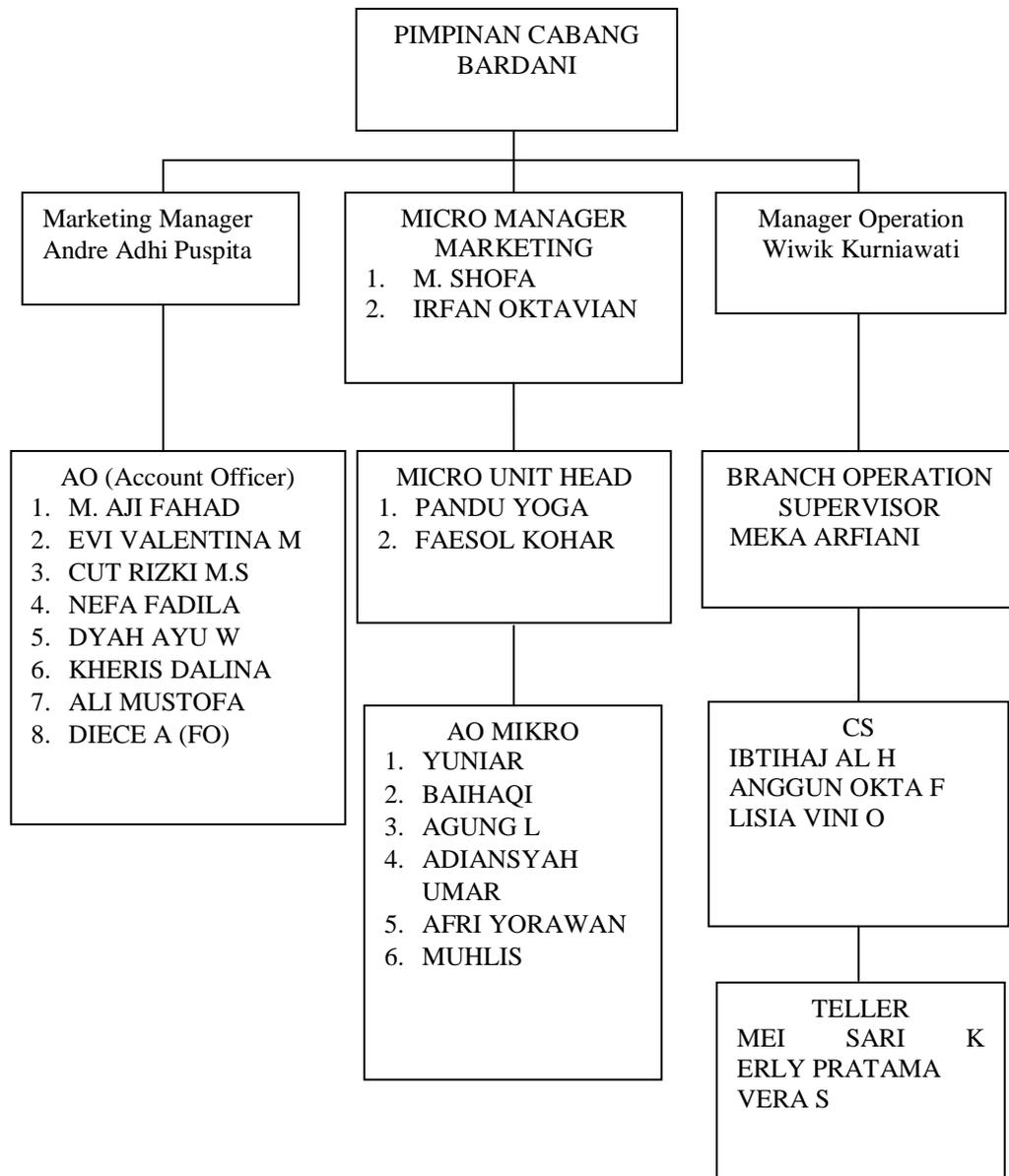
Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.¹

2. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton

Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kedaton dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

¹ Dokumentasi Sejarah Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah
Kantor Cabang Kedaton



Keterangan:

a. Pimpinan Cabang

Pimpinan Cabang Pembantu bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level Kantor Cabang Pembantu dan membawahi keseluruhan bagian.

b. *Marketing Manager*

Marketing Manager adalah serangkaian proses yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai cara, agar produk tersebut menjadi banyak diminati oleh masyarakat luas. Sehingga dalam hal ini pengertian marketing tidak hanya sebatas saat terjadi pemasaran, namun juga mengenai strategi yang digunakan, serta cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

c. *Micro Marketing Manager*

Micro marketing atau pemasaran mikro merupakan menciptakan penawaran layanan pada kelompok-kelompok konsumen. Seiring dengan perkembangan zaman, konsumenpun saat ini menjadi semakin kompleks dengan kebutuhan dan permintaan yang berbeda-beda satu sama lain sehingga perlu diterapkan pemasaran mikro. Manajer yang meletakkan orientasinya pada marketing melihat konsumen berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan ia akan menerapkan micro marketing dalam pemasarannya.

d. *Manager Operasional*

Manajemen Operasional secara umum adalah sebuah usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan (*tools*), bahan mentah (*raw material*), dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

e. *Account Officer*

Berwenang melakukan proses *marketing* untuk segmen komersial khususnya giro dan deposito serta pembiayaan konsumtif. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumen dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru dan perpanjangan antara lain detail analisa kualitatif, menyiapkan kelengkapan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan pembiayaan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan, mengelola tingkat kesehatan pembiayaan nasabah binaan yang menjadi tanggung jawabnya dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang sesuai dengan target yang ditetapkan.

f. *Micro Unit Head*

Bertanggung jawab untuk melaksanakan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut berjalan sesuai dengan target yang diberikan dan tidak melanggar *syariah comply* maupun P3 Mikro.

g. *Branch Operation Supervisor*

Berwenang mengkoordinir kegiatan pelayanan perbankan, transaksi operasional *customer service* dan *teller*, menyetujui atau otoritas transaksi layanan operasi *front liner* sesuai kewenangan.

h. *Account Officer Micro*

Account Officer Micro bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikro serta melakukan *pre-screening* untuk calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada UH untuk verifikasi lebih lanjut.

i. *Customer service*

Berwenang melayani nasabah dengan memberikan informasi tentang produk serta menerima dan menangani keluhan nasabah dan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait untuk penyelesaiannya, memahami produk layanan yang terkait dengan operasional layanan *Customer Service*.

j. *Teller*

Berwenang melayani nasabah untuk transaksi penyetoran dan penarikan tunai maupun non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.²

² Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, selaku Manajer Operasional Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Bandar Lampung pada tanggal 7 Oktober 2019

3. Produk Tabungan Simpanan Pelajar Bank BRI Syariah Kedaton

a. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB adalah tabungan untuk siswa yang 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 sejak dini.

b. Keunggulan

- 1) Setoran awal ringan
- 2) Biaya murah
- 3) Bebas biaya administrasi
- 4) Memperoleh kartu ATM (optional)
- 5) GRATIS fitur faedah (transaksi melalui ATM melalui jaringan BRI, PRIMA dan, Bersama)
- 6) Memperoleh buku Tabungan
- 7) Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
- 8) Rekening dapat diberikan fasilitas layanan autodebet berdasarkan standing instruction, pembayaran tagihan rutin, zakat/infaq/sedekah, autosweep, dan sebagainya.

c. Manfaat

- 1) Siswa
 - a) Edukasi keuangan bagi siswa
 - b) Mendorong budaya gemar menabung

- c) Melatih pengelolaan keuangan sejak dini
- 2) Orang tua;
 - a) Memberi edukasi tentang produk tabungan
 - b) Mengajarkan kemandirian anak dalam mengelola keuangan
 - c) Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak
- 3) Sekolah;
 - a) Sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru
 - b) Menumbuhkan budaya menabung di sekolah
 - c) Sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien di lingkungan sekolah

d. Persyaratan

- 1) Perjanjian Kerja Sama antara BRI Syariah dengan Sekolah
- 2) Mengisi kelengkapan Aplikasi Pembukaan Rekening SimPel iB.
- 3) Melengkapi dokumen pembukaan rekening. (Siswa : Kartu Keluarga/NISN/NIS dan Orang Tua/Wali : KTP)

e. Fitur & Biaya

- 1) Setoran awal minimum : Rp.1.000,-
- 2) Setoran selanjutnya minimum : Rp.1.000,-
- 3) Saldo mengendap minimum : Rp.1.000,-
- 4) Limit penarikan Rp: .500.000,-/hari
- 5) Dapat diberikan kartu ATM (optional)

- 6) Dapat diberikan fasilitas e-channel berupa MobileBRIS, SMSBRIS, dan phone phone banking (callBRIS)
- 7) Biaya administrasi tabungan : GRATIS
- 8) Biaya jika saldo mengendap dibawah minimum : GRATIS
- 9) Biaya rekening dormant Rp.1.000,-/bulan (dikenakan apabila rekening tdak aktif transaksi selama 12 bulan)
- 10) Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis : GRATIS
- 11) Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak : Rp. 5.000,-
- 12) Biaya pembuatan kartu ATM : Rp.5.000,-
- 13) Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak : Rp.15.000,-
- 14) Biaya penutupan rekening : Rp.1.000,-.³

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton

Tabungan Simpanan Belajar adalah tabungan untuk siswa/pelajar yang diterbitkan oleh BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan.

³ https://www.BRI_Syariah.co.id/detailProduk.php?&f=22, diakses pada tanggal 7 Oktober 2019

Seperti perusahaan lainnya Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton juga menerapkan strategi promosi dalam menjual produknya. Tujuannya adalah untuk menjangkau masyarakat agar menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. Oleh karena itu dibutuhkan langkah-langkah progresif dan strategi agar tujuan tersebut dapat terpenuhi.

Dalam penerapan strategi pemasaran produk tabungan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, menurut Ibu Wiwik Kurniawati selaku Manager Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton tidak ada strategi secara khusus yang dilakukan untuk memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL). Namun biasanya setiap seminggu sekali ada kegiatan seperti sosialisasi dan pembukaan stand di setiap sekolah. Selain itu dalam pelaksanaannya karyawan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton seperti *Relationship Officer* yang bertugas secara langsung tatap muka menawarkan produk secara rinci yang terdapat di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. Semua produk yang dimiliki oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton ditawarkan kepada nasabahnya. Baru kemudian nasabah menentukan menggunakan produk apa yang mereka butuhkan.⁴

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, peneliti juga melakukan wawancara terhadap proses strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar yang dilakukan oleh *Relationship Officer*. Secara umum strategi yang digunakan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton adalah sebagai berikut:

⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati selaku Manager Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, pada tanggal 7 Oktober 2019

1. Strategi Periklanan

Pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton menggunakan beberapa media promosi, seperti pengenalan produk melalui brosur yang dibagikan atau ditawarkan kepada masyarakat, selain itu menggunakan media elektronik seperti radio dan media sosial dalam mengenalkan produk-produk Bank BRI Syariah. Karena pihak Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton menganggap bahwa sebaik apapun produknya, jika tidak dikenal masyarakat akan sulit. Dan inilah menjadi alasan mengapa pemasaran sangatlah penting.

2. Strategi *Personal Selling*

Secara langsung Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dalam mempromosikan produknya menggunakan *personal selling*. Saat menawarkan produknya ke masyarakat berinteraksi langsung kepada masyarakat hal ini agar lebih kekeluargaan dalam mempromosikan produknya. Selain itu bank juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat agar dapat melakukan pendekatan kepada lingkungan, seperti pendekatan kepada masyarakat yang bersifat kekeluargaan. Tujuan dari sosialisasi adalah agar mempermudah dalam berkomunikasi dengan masyarakat sebagai target untuk menjadi nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

Sosialisasi adalah strategi yang efektif untuk menarik konsumen, akan tetapi untuk melakukan sosialisasi pihak Bank mengharuskan untuk siap mental menghadapi nasabah dan diharuskan sanggup untuk

menguasai semua produk yang akan dikenalkan kepada nasabah. Melakukan sosialisasi juga membutuhkan kesabaran yang besar sebab tidak menutup kemungkinan sebagian nasabah ada yang tidak mau mendengarkan apa yang dijelaskan oleh pihak bank.

3. Strategi *sales promotion*

Bank BRI Syariah dalam memikat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lainnya selalu memberikan produk-produk yang terbaik. Salah satu caranya adalah menggunakan sales promotion dalam mempromosikan produk-produk tabungannya. Pemberian kupon hadiah kepada nasabah agar nasabah tertarik dan memiliki kesan di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

4. Strategi *Publisitas*

Strategi *publisitas* yang digunakan BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, sebagaimana penuturan dari Ibu Fetrinia Anggraini yaitu biasanya ikut event *Car Free Day*, Lampung Fair, dan acara-acara lainnya dengan mendirikan stand. Dari hal-hal publisitas tersebut ternyata juga menambah banyak tentang pengetahuan masyarakat tentang bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton dan itu sangat membantu perkembangan bank, karena banyak pula nasabah-nasabah yang sudah percaya dengan pihak BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yang merekomendasikan kepada masyarakat lain mengenai apa yang dimiliki dan keunggulan apa

yang ada di produk-produk bank BRI Syariah, khususnya produk Simpanan Pelajar.⁵

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Fetrinia Anggraini selaku *Relationship Officer* bahwa terdapat peningkatan setelah melakukan pembukaan stand. Hal ini dikarenakan strategi yang dilakukan Bank BRI Syariah Kantor Cabang kedaton berhasil. Strategi jemput bola dan pembukaan stand ini yang paling mempengaruhi peningkatan nasabah tersebut.⁶

Berdasarkan wawancara dengan *Customer service* strategi yang paling efektif adalah strategi pemasaran dengan cara jemput bola. Karena nasabah biasanya tidak perlu langsung datang ke bank untuk menabung, bank biasanya melakukan pembukaan stand di setiap sekolah yang setiap minggunya berbeda-beda. Karena dengan adanya pembukaan stand atau jemput bola ini akan menarik minat nasabah untuk menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. Lalu Bank mendapatkan respon yang baik dari masyarakat karena adanya strategi jemput bola tersebut.⁷

Wawancara dengan Chindy Permata Sari selaku nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton bahwa mendapatkan pelayanan yang memuaskan serta tempatnya yang nyaman. Produk yang ditawarkan nya pun bervariasi, namun ia lebih memilih tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) karena biaya nya yang cukup ringan. Keuntungan yang di dapatkan nasabah

⁵ Wawancara dengan Fetrinia Anggraeni, selaku *Relationship Officer* Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, pada tanggal 7 Oktober 2019

⁶ Wawancara dengan Fetrinia Anggraeni, selaku *Relationship Officer* Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, pada tanggal 7 Oktober 2019

⁷ Wawancara dengan Ibu Anggun selaku *customer service* Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, pada tanggal 7 Oktober 2019

yaitu apabila nasabah menabung selama satu tahun akan mendapatkan gift atau hadiah dari pihak bank. Nasabah akan diberikan kupon dari bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton untuk menebus hadiah tersebut.⁸

Berdasarkan beberapa wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah tertarik menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yaitu karena produk dan pelayanan. Faktor pelayanan nasabah pada bank memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan masyarakat menjadi nasabah dalam memilih suatu bank, fasilitas yang diberikan sudah memadai dan mudah dijangkau oleh masyarakat.

⁸ Wawancara dengan Chindy Permata Sari selaku nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, pada tanggal 7 Oktober 2019

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton adalah dengan menerapkan konsep *segmenting, targeting, positioning*, serta dengan menerapkan tujuh unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yakni *strategi produk, strategi price, strategi promotion, dan strategi place, people, physical Evidence dan process*. Strategi pemasaran tabungan simpanan pelajar (simpler) dari tahun ke tahun tidak sempurna berhasil karena berdasarkan laporan total pendapatan nasabah dari produk Tabungan simpanan pelajar (simpler) pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton periode 2019 hanya sedikit jumlah nasabahnya.

Pada intinya strategi pemasaran produk Tabungan Simpanan Pelajar di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton yaitu sebagai berikut:

1. Strategi lokasi (tempat) adalah bank yang letaknya strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, penetapan layout yang baik dan benar juga akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank.

2. Strategi Pemasaran bank adalah kegiatan bank untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.
3. Strategi Jemput bola adalah strategi pelayanan yang diberikan bank untuk langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti laksanakan, maka peneliti mengungkapkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton harus lebih efektif dan inovatif dengan mempromosikan dan mensosialisasikan lagi tentang pengetahuan definisi perbankan syariah lebih luas lagi kepada masyarakat. Promosi ini dapat dilakukan dengan media online, TV, dan media cetak serta marketing yang turun langsung ke masyarakat.
2. Bank BRI Syariah bisa menambah mesin ATM agar nasabah lebih mudah untuk melakukan transaksi dan bagi masyarakat luas mengetahui tentang keberadaan Bank BRI Syariah.
3. Bank syariah perlu memperbaiki dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar mereka merasa puas dan masyarakat tertarik untuk menabung di bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010
- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2000.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2003
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- Asnawi, Nur & Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah Teori, Filosof & Isu-Isu Kontemporer*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2017.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Strategi*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- . *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Indriyo, Gitosudarmo. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Kartono, Kartini. *Pengantar Metode Riset Sosial*. Bandung: CV Mandar Maju, 1996.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset, 1998.
- Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

- Mahdaleni. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Studi PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro". Tugas Akhir. Metro: IAIN Metro, 2014.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syari'ah*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Mardani. *Hadis Ekonomi Syari'ah*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011.
- Muhamad. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- . *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- . *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2009.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2011.
- Priansa, Donni Juni. *Komunikasi Pemasaran Terpadu* Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES, 1995.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Sudjana, Nana. *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Supramono, Gatot. *Perbankan dan Masalah Kredit*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009.
- Yanti, Riska Citra. "Strategi Pemasaran Simpanan Wadi'ah pada Produk Simpanan Hari Raya Idul Fitri di BMT Ar-Rahmah". Skripsi. Metro: IAIN Metro, 2017

<https://bri.co.id/tabungan-SimPel>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A. Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon : (0725) 41507; faksimili (0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2517/In.28/D.1/TL.00/10/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.
Pimpinan Cabang BRI Syariah
Kantor Cabang Kedaton
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2516/In.28/D.1/TL.01/10/2019,
tanggal 11 Oktober 2019 atas nama saudara:

Nama : **BERNITA PUTRI MEILISTIYA**
NPM : 1502100216
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

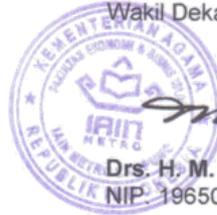
Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Oktober 2019

Wakil Dekan I,



Drs. H. M. Muhammad Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; faksimili (0725)47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2516/In.28/D.1/TL.01/10/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara:

Nama : BERNITA PUTRI MEILISTIYA
NPM : 1502100016
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terimakasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 11 Oktober 2019

Wakil Dekan I,



[Signature]
Drs. H.M. Muhammad Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG KEDATON

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- E. Latar Belakang Masalah
- F. Pertanyaan Penelitian
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- E. Bank Syariah
 - 3. Pengertian Bank Syariah
 - 4. Bentuk-bentuk Bank Syariah
- F. Strategi Pemasaran
 - 4. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 5. Manfaat Strategi Pemasaran
 - 6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

- G. Tabungan Simpanan Pelajar
 - 4. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar
 - 5. Keuntungan Tabungan Simpanan Pelajar
 - 6. Persyaratan Tabungan Simpanan Pelajar
- H. Wadi'ah
 - 4. Pengertian Wadi'ah
 - 5. Jenis-jenis Wadi'ah
 - 6. Landasan Hukum Wadi'ah

BAB III METODE PENELITIAN

- E. Jenis dan Sifat Penelitian
- F. Sumber Data
- G. Teknik Pengumpulan Data
- H. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
 - 1. Sejarah Singkat PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
 - 2. Visi dan Misi PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
 - 3. Struktur Organisasi PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
 - 4. Produk-Produk PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Kedaton
- B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, September 2018
Mahasiswa Ybs.

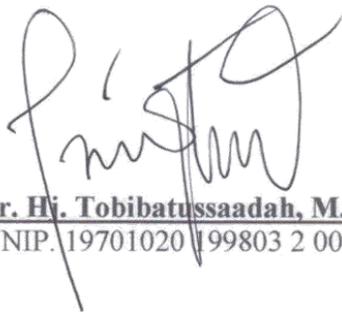


Bernita Putri Meilistiva
NPM. 1502100016

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

**ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR
(SIMPEL) PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG
KEDATON**

A. Metode Wawancara

1. Wawancara dengan Manager Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton

- a. Strategi apa yang digunakan Bank dalam memikat masyarakat untuk menabung di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton?
- b. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) dengan media periklanan?
- c. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) dengan menggunakan *personal selling*?

2. Wawancara dengan *Relationship Officer* (RO)

- a. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) dengan menggunakan *publisitas*?
- b. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) dengan menggunakan *seles promotion*?
- c. Apakah ada peningkatan nasabah setelah melakukan strategi pemasaran?

3. Wawancara dengan *Customer Service* (CS)

- a. Strategi yang mana yang paling efektif untuk menarik minat nasabah?
- b. Bagaimana respon nasabah mengenai tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) ini?

4. Wawancara dengan Nasabah

- a. Bagaimana pelayanan Bank BRI Syariah KC Kedaton terhadap nasabah?
- b. Adakah keuntungan yang di dapatkan nasabah setelah menggunakan produk tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)?
- c. Mengapa siswa/i memilih Bank BRI Syariah KC Kedaton untuk dijadikan tempat menabung sejak dini?

B. Metode Dokumentasi

1. Sejarah berdirinya Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.
2. Visi dan misi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.
3. Struktur organisasi data nama karyawan dan jabatan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.
4. Tugas dan wewenang pengurus Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton.

Metro, September 2018
Mahasiswa Ybs.

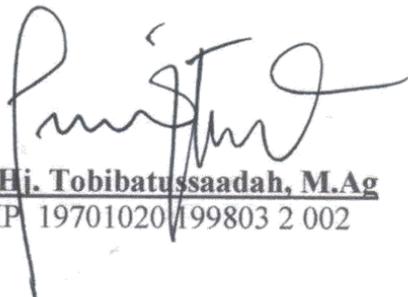


Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016

Mengetahui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020199803 2 002



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002



Solusi Keuangan yang Amanah

Nomor : B-2890/KC-BDL/11/2019

Bandar Lampung, 07 November 2019

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro Lampung

Di -

Metro

Perihal : Jawaban Permohonan Izin Research

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Teriring salam dan do'a semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat, Taufik, dan Hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan tugas dan amanah sehari-hari. Amin.

Sehubungan dengan Surat Nomor: 2517/In.28/D.I/TL.00/10/2019, mengenai Permohonan Izin Research Mahasiswa/i IAIN Metro Lampung pada Bank BRISyariah KC Bandar Lampung Kedaton, maka dengan ini Kami menyetujui permohonan tersebut. Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:

No.	Nama Mahasiswa/i	NPM	Jurusan/Prodi	Fakultas
1.	Bernita Putri Meilistiya	1502100016	S1 Perbankan Syariah	Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian persetujuan Izin Research ini Kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

PT BANK BRI SYARIAH TBK
KC BANDAR LAMPUNG KEDATON



Yuliwan Andri Putra
Pemimpin Cabang

Bank BRISyariah

Jl. Teuku Umar No. 17. Kedaton
Bandar Lampung

T + 0721 253333
F + 0721 265007

www.brisyariah.co.id



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya**
NPM : 1502100016

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/2019 /9		① all out time	

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa Ybs.

Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya**
NPM : 1502100016

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10/03/20	✓	① cek Bab I-III ② cek APD, lanjut ke tempat penelitian untuk pengumpulan data!	

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobihatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa Ybs.

Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1PBS
NPM : 1502100016 Semester / TA : XI/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30 / 10 - 19	✓	revisi Skripsi untuk memperbaiki fungsi budgetary control	

Dosen Pembimbing I

Dr. Hj. Tobibatussaadan, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa Ybs.

Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya**
NPM : 1502100016

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 1-10-19	APD Acc	

Dosen Pembimbing II

Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.

Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya**
NPM : 1502100016

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : IX/ 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 4/10-19	Pendalaman Bab 1, 2, 3 atau proposal telah di seminarkan dan telah di perbaiki sesuai arahan dari para pembahas dan secara keseluruhan telah di perbaiki Proposal / Bab 1, 2, 3 Acc lanjutan di Bab selanjutnya	  

Dosen Pembimbing II



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.



Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; E-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Bernita Putri Meilistiya** Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1PBS
NPM : 1502100016 Semester / TA : XI/2019-2020

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 15/10-19	Bab 4-5 Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai saran dan masukan saat bimbingan Skripsi Acc. # Lanjutan Re pemb I	  

Dosen Pembimbing II



Liberty, SE, MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.



Bernita Putri Meilistiya
NPM. 1502100016



**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.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-861/In.28/S/OT.01/10/2019**

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

Nama : BERNITA PUTRI MEILISTIYA
NPM : 1502100016
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100016.

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, 17 Oktober 2019
Kepala Perpustakaan



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

FOTO DOKUMENTASI



Foto 1. Wawancara dengan Ibu Wiwik Kurniawati, selaku Manajer Operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton



Foto 2. Dokumentasi dengan Ibu Anggun Oktavia, selaku Customer Service Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton



Foto 3. Wawancara dengan Adinda Chindy Permatasari, selaku Nasabah Tabungan Simpel Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton



Foto 4. Dokumentasi dengan Ibu Fetrinia Anggraeni, selaku *Relationship Officer*, Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Bernita Putri Meilistiya, lahir pada tanggal 30 Mei 1998 di Desa Adiwarno Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur, dari pasangan Bapak Baheram Syah dan Ibu Lilis Setia Ningsih. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 1 Adiwarno, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 7 Metro, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada MAN 1 Metro, lulus pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.