

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI PENINGKATAN DAN  
PELAYANAN PRODUK TABUNGAN WADI'AH  
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS SIDAREJA**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto Untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya

Oleh :  
**EKA NUR HIDAYAH**  
NIM: 1423204055

**PROGRAM DIPLOMA IIIMANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN PURWOKERTO  
2017**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB INDONESIA .....	ix
ABSTRAK .....	xiv
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xx
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxi
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir .....	5
D. Manfaat Penelitian Laporan Tugas Akhir .....	6
E. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	8

3. Objek dan Subjek .....	8
4. Data dan Sumber Data .....	8
5. Teknik Pengumpulan Data .....	9
6. Teknik Analisis Data.....	10
7. Teknik Sampling .....	11
8. Keabsahan Data .....	11

## BAB II LANDASAN TEORI

A. Definisi Strategi Pemasaran.....	13
B. Pemilahan, Penetapan, dan Memposisikan Pasar .....	17
1. Segmentasi Pasar .....	17
2. Menetapkan Pasar Sasaran.....	17
3. Menentukan Posisi Pasar .....	17
C. Dimensi Kepuasan Pelayanan dan Jasa .....	18
D. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik .....	19
E. Sikap Melayani Nasabah.....	21
F. Wadi'ah.....	21
1. Definisi Wadi'ah .....	21
2. Landasan Syariah .....	22
3. Implementasi Wadi'ah di Perbankan Syariah.....	23
4. Landasan Hukum Tabungan Wadi'ah.....	25
5. Berakhirnya Akad Wadi'ah.....	26
G. Penelitian Terdahulu .....	26

### BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
1. Sejarah BPRS Bumi Artha Sampang .....	28
2. Visi dan Misi BPRS Bumi Artha Sampang .....	29
3. Bidang Usaha dan Produk Yang Ada di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja .....	30
a. Produk Penyaluran Dana .....	30
b. Produk Penghimpunan Dana.....	31
4. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja dan Tugas-tugasnya.....	34
B. Pembahasan.....	40
1. Strategi Pemasaran Yang dilakukan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Wadi'ah .....	42
a. Segmentasi Pasar.....	42
b. Menetapkan Pasar Sasaran.....	43
c. Menentukan Posisi Pasar.....	43
d. Penerapan Marketing Mix.....	44
1) Product (produk) .....	44
2) Price (harga).....	45
3) Strategi Promosi .....	45
4) Tempat .....	48

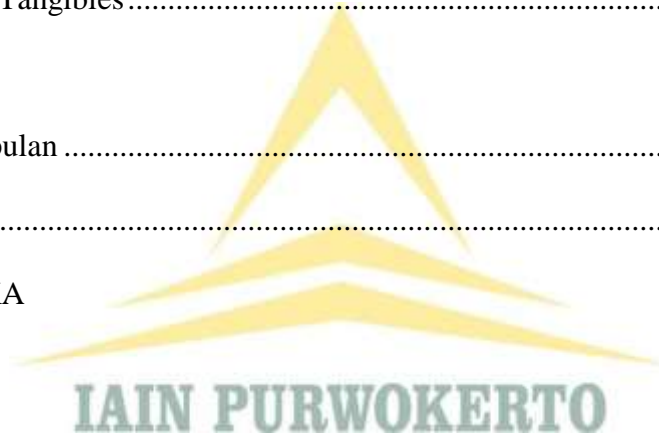
2. Cara Yang dilakukan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor	
Kas Sidareja dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan .....	48
a. Reability .....	48
b. Responsiveness .....	49
c. Assurance .....	49
d. Empathy .....	49
e. Tangibles .....	50

#### BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perbankan Islam merupakan fenomena yang menarik bagi kalangan akademisi ataupun praktisi dalam 20 tahun terakhir. Bahkan, IMF telah melakukan kajian-kajian atas praktisi perbankan Islam sebagai alternatif sistem keuangan internasional yang memberikan peluang upaya penyempurnaan sistem keuangan internasional yang belakangan dirasakan banyak sekali mengalami guncangan dan ketidakstabilan yang menyebabkan krisis dan keterpurukan ekonomi akibat lebih dominannya sektor finansial dibandingkan dengan sektor real dalam hubungan perekonomian dunia.<sup>1</sup>

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang berdasarkan operasionalnya pada syaria Islam. Menurut Schaik, bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagi resiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditemukan sebelumnya. Sudarsono menemukan, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariat. Adapun definisi bank syariah menurut Muhammad dalam Donna, adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengandalkan

---

<sup>1</sup>Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 9

bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasianya sesuai dengan prinsip syariat Islam.<sup>2</sup>

Mengingat bank syariah itu bersifat universal (untuk semua orang, lintas agama, lintas etnis), maka target penguasaan pangsa pasar (*market share*) yang diperkirakan bakal tumbuh rata-rata 20% itu sangat mungkin dicapai, sepanjang program-program tawaran produk jual beli, investasi dan jasa benar-benar memiliki jangkauan rasional, emosional dan spiritual, yang didukung oleh program pemasaran yang lebih dinamis untuk memproleh manfaat dari kompetisi dan mobilisasi sumber daya untuk mencapai target ini.<sup>3</sup>

Program pemasaran merupakan sebuah deskripsi dari kegiatan yang akan dikerjakan oleh perusahaan (dalam hal ini bank syariah) untuk mencapai sasaran pemasaran yaitu, memenangkan dan memperluas penguasaan market share, meningkatkan penjualan, profit, dan ROI sebagai ukuran prestasi dalam mencapai sasaran (hasil) bisnis. Dengan kata lain, program pemasaran mengacu pada rencana tindakan dan tujuan dari berbagai tawaran produk (barang atau jasa), harga, distribusi, komunikasi dan pengembangan produk baru.<sup>4</sup>

Dalam hal ini pemasaran meliputi segala penerapan sistematis kewirausahaan guna mengikuti perubahan yang terus menerus terjadi. Pemasaran adalah fungsi manajemen yang mengorganisasi dan menjuruskan semua kegiatan perusahaan yang meliputi penilaian dan pengubahan daya beli konsumen menjadi

---

<sup>2</sup>*Ibid*, hlm. 15-16

<sup>3</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 139

<sup>4</sup>*Ibid*, hlm. 140

permintaan yang efektif akan sesuatu barang atau jasa, serta penyampaian barang atau jasa tersebut kepada konsumen atau pemakaian terakhir, sehingga perusahaan dapat mencapai laba atau tujuan lain yang ditetapkannya.<sup>5</sup>

Agar produk dapat diterima pasar, maka penciptaan produk haruslah memperhatikan tingkat kualitas sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai lebih baik dibandingkan dengan produk bersaing. Salah satu tujuan utama perusahaan khususnya perusahaan jasa dalam hal ini adalah bank menciptakan kepuasan pelanggan. kepuasan pelanggan sebagai hasil penilaian terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa.<sup>6</sup>

Dan dalam menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dalam hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memeperhatikan jumlah pertimbangan yang beragam, sekelompok penelitian melihat kegiatan membangun retensi dengan menambah manfaat keuangan, manfaat sosial, atau ikatan struktual.<sup>7</sup>

Dalam perbankan syariah itu sendiri, klasifikasi penghimpunan dana yang utama tidak didasarkan atas nama produk melainkan atas prinsip yang digunakan berdasarkan fatwa dewan syariah nasional prinsip yang digunakan dalam bank syariah ada dua yaitu prinsip wadi'ah dan prinsip mudharabah. Tujuan dari kegiatan penghimpunan dana adalah untuk memperbesar modal, memperbesar

---

<sup>5</sup>Doglas W Foster, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1981), hlm. 8

<sup>6</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2010), hlm. 140-141

<sup>7</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2009), hlm. 153



asset, dan memperbesar kegiatan pembiayaan sehingga nantinya dapat mendukung fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.<sup>8</sup>

Di beberapa lembaga keuangan konvensional, terutama di bank, tabungan merupakan salah satu instrumen yang sangat penting. Instrumen tabungan ini dijadikan sebagai salah satu produk lembaga keuangan dalam upaya menjaring dana dari masyarakat. Penjaringan dana dari masyarakat merupakan langkah yang strategis yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam upaya memperbanyak modal yang kemudian akan diinvestasikan lebih lanjut kepada nasabah berikutnya. Bahkan, tabungan di beberapa lembaga keuangan dijadikan sebagai produk utama dalam menjaring dan merekrut dana dari masyarakat dalam rangka pengumpulan modal lembaga keuangan.<sup>9</sup>

Dalam hal ini BPRS Bumi Atha Sampang sebagai lembaga keuangan mempunyai strategi produk dalam penghimpunan dana, salah satunya untuk tabungan *wadi'ah* yang menggunakan strategi titipan murni yang dapat diambil sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan yang dioptimalkan dalam menarik minat nasabah. Produk ini dapat diambil sewaktu-waktu ketika membutuhkan dana tersebut. Adapun pembukaan setoran awal tabungan *wadi'ah* perorangan minimal Rp.10.000,- sedang setoran selanjutnya minimal Rp.5.000,- pengelolaan dana tersebut dilakukan secara profesional dengan tetap berpedoman pada prinsip syariah.

---

<sup>8</sup>Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Bank Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 56

<sup>9</sup>Yadi Janwari, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm. 1

Tabungan wadiah ini sangatlah menarik, hal ini dikarenakan tabungan ini sesuai dengan perekonomian di Indonesia khususnya untuk perekonomian mikro. dan lebih murah dibandingkan dengan bank syariah yang lainnya untuk setoran minimal dan pembukaan rekening, dan adanya bonus kepada para nasabah tergantung tingkat laba perusahaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dijadikan pedoman bagi penyusun secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip suatu penelitian yang ilmiah. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimana strategi pemasaran melalui peningkatan dan pelayanan produk tabungan wadi’ah pada BPRS Bumi Artha samping kantor KAS Sidareja ?”

## **C. Maksud dan Tujuan Penulisan**

Suatu penelitian harus mempunyai tujuan yang jelas, sehingga dengan tujuan yang jelas tersebut dapat dicapai solusi dari masalah yang dihadapi. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka adapun maksud penulisan tugas akhir ini adalah sebagai bentuk pemahaman dan pengetahuan tentang strategi pemasaran melalui peningkatan dan pelayanan pada produk tabungan wadi’ah bagi penulis sendiri, serta sebagai wacana bagi para pembaca.

Sedangkan tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses strategi pemasaran yang dijalankan untuk menciptakan

peningkatan dan pelayanan khususnya pada produk tabungan wadi'ah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja. Di samping itu tujuan dari penulisan tugas akhir bertujuan untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menulis hasil penelitian yang berdasar pada laporan pelaksanaan praktek kerja lapangan.<sup>10</sup> Sekaligus untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Bank**

Dari penelitian ini, diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu masukan bagi lembaga keuangan/bank atau pimpinan lembaga keuangan tersebut dalam menentukan strategi pemasaran melalui peningkatan dan pelayanan produk tabungan wadi'ah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

##### **2. Bagi Peneliti**

Menambah wawasan dan mengetahui penelitian terhadap teori yang dipelajari tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan nasabah melalui pelayanan produk tabungan wadi'ah.

##### **3. Bagi Akademisi**

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan ilmu dalam Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi

---

<sup>10</sup>FathulAminudin Aziz, dkk, *Panduan penyusunan Tugas Akhir Program DIII Manajemen Perbankan Syariah*, 2016, hlm. 3

dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, dan menjadi acuan bagi Mahasiswa dalam melakukan penelitian selanjutnya.

#### 4. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah khususnya untuk produk tabungan wadi'ah.

### **E. Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional berarti kegiatan ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia, empiris berarti dapat diamati oleh indera manusia dan sistematis berarti menggunakan langkah-langkah yang bersifat logis.<sup>11</sup>

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) kualitatif, yang dilakukan dengan cara mencatat dan mengumpulkan berbagai data dan informasi sebenarnya yang ada dilapangan. Hal tersebut dilakukan guna mengetahui lebih rinci tentang Strategi Pemasaran Melalui Peningkatan dan Pelayanan Produk Tabungan Wadi'ah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

---

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 2

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian tugas akhir ini di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani No. 60, Sidareja-Cilacap, Jawa Tengah. Adapun waktu penelitian juga bersamaan dengan pelaksanaan praktik kerja lapangan (PKL) mulai tanggal 16 Januari sampai dengan 11 Februari 2017.

## 3. Objek dan Subjek

Objek dalam penelitian ini adalah membahas tentang Strategi Pemasaran Melalui Peningkatan dan Pelayanan Produk Tabungan Wadi'ah, sedangkan perusahaan yang dijadikan sebagai subjek penelitian yakni di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

## 4. Data dan Sumber Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

### a. Data Primer

Data primer data yang diperoleh langsung melalui subjek penelitian. Data primer yang diperoleh langsung melalui pengamatan dan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara mengenai data survey, data peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan wadi'ah dan tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah dokumen-dokumen, formulir-formulir bukti transaksi produk tabungan wadi'ah, arsip-arsip BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja. Dan data-data lain yang berkaitan langsung dengan Tugas Akhir.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi (Pengamatan)

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.

Dalam penelitian ini, pola observasi yang dilakukan adalah observasi mekanik sebagai pengamat mengenai strategi pemasaran melalui peningkatan dan pelayanan pada produk tabungan wadi'ah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

b. Wawancara

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data yang mengharuskan seorang peneliti mengadakan kontak langsung secara lisan atau tatap muka (*face to face*) dengan responden, baik dalam situasi yang disengaja dibuat untuk keperluan tersebut. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan koordinator marketing, koordinator kantor kas, AO, dan juga pegawai-pegawai lainnya.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah dokumen yang telah ada atau tersedia yang nantinya digunakan untuk dipelajari pengetahuan dan fakta yang akan diteliti.

Dalam penelitian ini, digunakan teknik dokumentasi untuk memperoleh data tentang bagaimana proses peningkatan nasabah dan strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan Wadiah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja

6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan metode *deskriptif-analitis* yaitu dengan menjabarkan data yang diperoleh dari dokumen yang telah didapatkan maupun wawancara dilapangan, kemudian dengan berpedoman pada sumber tertulis sebagai langkah konfirmasi mengenai data yang diperoleh dari hasil wawancara maupun dokumen yang telah didapatkan kemudian di tarik kesimpulan. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis model interaktif menurut Miles & Huberman yang terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. Tahapan pertama adalah tahap pengumpulan data, tahapan kedua adalah tahap reduksi data, tahapan ketiga adalah tahapan display data, dan tahapan keempat adalah tahap penarikan kesimpulan dan/tahap verifikasi.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Cet VIII (Yogyakarta: Gajah Mada University Pres, 1998), hlm. 164

## 7. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive, sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>13</sup>

## 8. Keabsahan Data

### a. Uji *kredibilitas*

Uji *kredibilitas* data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.

### b. Uji *transferability*

*Transferability* menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain.

### c. Uji *dependability*

Uji *dependability* dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Audit dilakukan oleh auditor yang independen, atau pembimbing untuk mengaudit keseluruhan aktivitas penelitian dalam melakukan penelitian.

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 124



d. Uji *konfirmability*

Uji *konfrimability* berarti menguji hasil penelitian, dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Bila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *konfirmability*.<sup>14</sup>



---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 367-378

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan serta hasil yang diperoleh seperti yang dijelaskan di bab-bab sebelumnya, maka di dalam tugas akhir ini diperoleh kesimpulan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja yaitu mulai dengan *segmentasi pasar* meliputi (aspek geografis, demografis, psikografisnya), lalu dalam *menetapkan pasar sasaran* BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja lebih ke pasar-pasar tradisional yaitu kepada para pedagang dan para pengunjung pasar, dan *menentukan posisi pasar* dengan mengidentifikasi keunggulan jumlah nasabah yang ada pada produk tabungan wadi'ah tersebut. Setelah langkah tersebut dilakukan kemudian ke marketing mix yang meliputi: *Produk, Harga, Strategi promosi* (kekeluargaan, strategi jempot bola, operasi pasar), *Tempat*

Cara yang digunakan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja dalam meningkatkan mutu pelayanan antara lain, *reability, responsiveness, assurance, empathy, tangible* hal ini bertujuan untuk memberikan kepuasan pelayanan terbaik kepada setiap nasabah.

#### **B. Saran**

Dari penyusunan tugas akhir ini, maka ada beberapa hal yang dapat penulis sarankan diantaranya:

1. Untuk lebih meningkatkan strategi pemasaran BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja hendaknya memasarkan produk kedaerah yang lebih luas lagi bukan hanya untuk diarea Sidareja saja, ini diharapkan agar dapat tercapainya target perusahaan dan mendapatkan nasabah yang potensial.
2. Setelah target pemasaran terpenuhi maka tingkatkan lagi produk yang akan dipasarkan dan pertahankan setiap strategi yang sudah ada dalam melakukan promosi, perbaiki juga untuk kualitas SDM nya ini diharapkan agar bisa menambah lebih banyak lagi nasabah dan mempertahankan nasabah agar tetap loyal terhadap bank kita.
3. Agar usaha BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja lebih cepat lagi sebaiknya tidak hanya menggunakan strategi kualitas pelayanan yang sudah ada tetapi menerapkan pelayanan yang lain lagi ini diharapkan agar meningkatnya jumlah nasabah terhadap BPRS bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja semakin lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Aziz, Fathul Aminudin, dkk. 2016. *Panduan penyusunan Tugas Akhir Program DIII Manajemen Perbankan Syariah*.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah teoritik, praktik, kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Foster, W Donglas. 1981. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Fordeby. 2016. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- IBI-LSPP. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Janwari, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lawrence R Jauch dan William F. 1993. *Strategic Management And Business Policy*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Melayu, Hasibuan. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- M Nur Rianto, Al Arif. 2010 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung:Alfabeta.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, cet VIII. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press
- Ratminto dan Atik Septi. 2015. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu. 1999. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Umam, Khaerul. 2013. *manajemen perbankan syariah*. Bandung: Pustaka setia.

Umar, Husein. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis* Jakarta : Gramedia Pustaka.

Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil BankSyari'ah*. Jakarta: Grasindo.

Brosur BPRS Bumi Artha Sampang

Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja

Wawancara dengan Bagas Purnomo. Bagian Customer Service di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

Wawancara dengan Heru Budi Pranoto. Koordinator Kantor Kas di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

Wawancara dengan Muhammad Khanifudin. Bagian Marketing di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

Wawancara dengan Putri Septi. Bagian Teller di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.

Wawancara dengan Sugeng Edi Purnomo. Bagian Koordinator Marketing di BPRS Bumi Artha Sampang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran. Dasar, Konsep dan Strategi*.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Aziz, Fathul Aminudin, dkk. 2016. *Panduan penyusunan Tugas Akhir Program DIII Manajemen Perbankan Syariah*.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah teoritik, praktik, kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Foster, W Donglas. 1981. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Fordeby. 2016. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- IBI-LSPP. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Janwari, Yadi. 2015. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lawrence R Jauch dan William F. 1993. *Strategic Management And Business Policy*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta:Kencana.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Melayu, Hasibuan. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- M Nur Rianto, Al Arif. 2010 *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung:Alfabeta.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, cet VIII. Yogyakarta:Gadjah Mada University Press
- Ratminto dan Atik Septi. 2015. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian pendidikan pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 1999. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Umam, Khaerul. 2013. *manajemen perbankan syariah*. Bandung: Pustaka setia.
- Umar, Husein. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis* Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil BankSyari'ah*. Jakarta: Grasindo, 2005.
- Brosur BPRS Bumi Artha Sampang
- Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja
- Wawancara dengan Bagas Purnomo. Bagian Customer Service di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.
- Wawancara dengan Heru Budi Pranoto. Koordinator Kantor Kas di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.
- Wawancara dengan Muhammad Khanifudin. Bagian Marketing di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.
- Wawancara dengan Putri Septi. Bagian Teller di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja.
- Wawancara dengan Sugeng Edi Purnomo. Bagian Koordinator Marketing di BPRS Bumi Artha Sampang.