

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
WADI'AH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS  
CIMANGGU CILACAP**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

Oleh:

**YULIYAN PRABOWO**

NIM: 1617203045

**IAIN PURWOKERTO**

**PROGRAM DIPLOMA III  
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2019**

## **MOTTO**

“Selalu menjaga komitmen dengan cara berusaha”

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuliyen Prabowo

NIM : 1617203045

Jenjang : DIII

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi/ Semester : D III Manajemen Perbankan Syariah/ VII

Judul : **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN  
PRODUK TABUNGAN *WADI'AH* BUMI ARTHA  
SAMPANG DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG  
KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP**

Menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir (TA) ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk pada sumbernya.

Purwokerto, Oktober 2019

Yang menyatakan,



Yuliyen Prabowo  
NIM. 1617203045

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

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126

Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

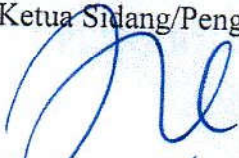
**PENGESAHAN**

Tugas Akhir berjudul

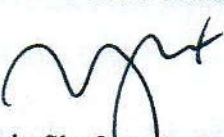
**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK  
TABUNGAN WADI'AH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG  
KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP**

Yang disusun oleh Saudara **Yulian Prabowo. (NIM. 1617203045)** Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**, tanggal **17 Oktober 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Manajemen Perbankan Syariah** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.


Ketua Sidang/Penguji

  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 197309212002121004


Sekretaris Sidang/Penguji

  
Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.  
NIP. 197812312008012027

Pembimbing/Penguji

  
H. Slamet Akhmadi, M.S.I.  
NIDN. 2111027901

Purwokerto, **18** Oktober 2019  
Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 197309212002121004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam IAIN  
Purwokerto

di Purwoketo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Yuliyani Prabowo, NIM. 1617203045 yang berjudul:

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
WADI'AH BUMI ARTHA SAMAPANG DI BPRS BUMI ARTHA  
SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP**

Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut diatas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 07 Agustus 2019  
Pembimbing,



Slamet Akhmadi, M.S.I  
NIP. 2111027901

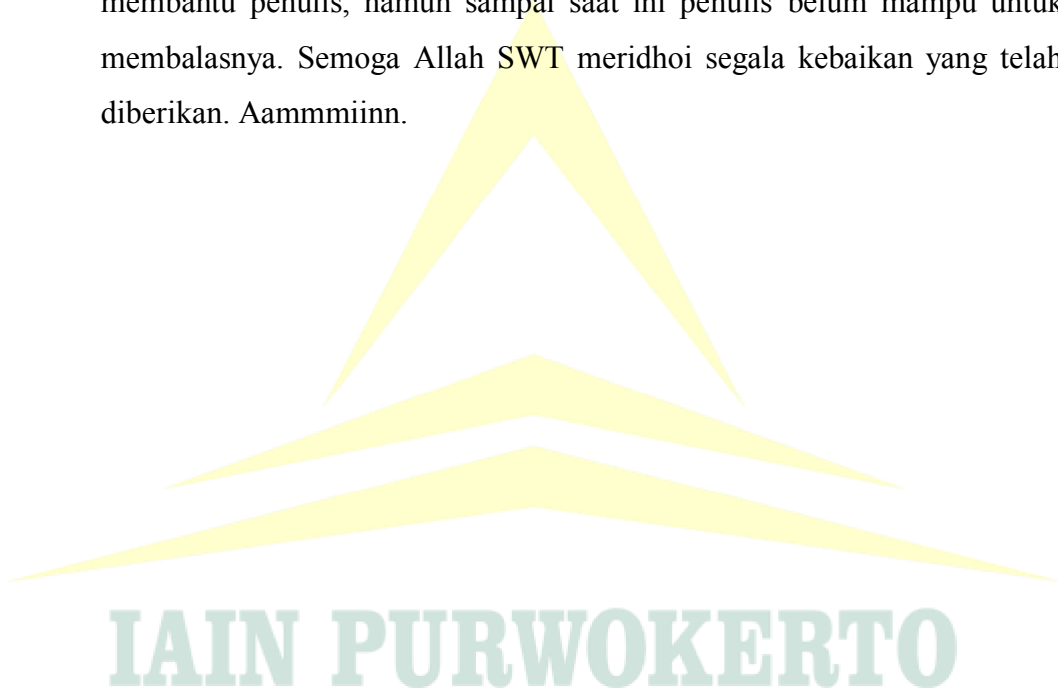
## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Segala puji bagi engkau ya Allah, berkat rahmat dan kuasa-Mu akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga ini menjadi salah satu bentuk ibadah yang dapat bermanfaat bagi semesta. Aamiinnn.
2. Kepada kedua orang tua saya, ibu saya tercinta ibu Kudriyah dan ayah saya yang sayang saya banggakan ayah Mundir. Terimakasih atas doa-doa yang setiap hari kalian panjatkan untukmu, dengan dorongan dan semangat kalia. Semoga pengorbanan yang telah kalian lakukan untuk anak-anak tersayang diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT. Aaamiinn.
3. Untuk Kakek Mahmudin (Alm), Nenek Janiyah, dan saudara-saudara maupun keluarga, yang selalumemberikan semangat untuk penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dan doa kepada penulis. Penulis berdoa untuk keluarga yang sudah mendahului penulis, semoga pengorbanan selama hidupnya dapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Aaaminnn. Dan untuk keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas semangatnya, baru karya ini yang bisa penulis persembahkan untuk kalian semua.
4. Kepada Bapak Slamet Akhmadi, yang telah membimbing saya selama penyelesaian tugas akhir ini. Saya ucapkan terimakasih atas ilmu, nasihat yang telah bapak berikan kepada saya. Terimakasih atas kesabaran Bapak selama masa bimbingan saya, walaupun saya banyak sekali kekurangan dan kelalaian dalam melaksanakan tugas yang Bapak berikan.
5. Untuk seseorang pendamping hidupku terimakasih yang sudah memberikan semangat, doa, dan yang sudah membantu saya menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Untuk keluarga besar PMII Komisariat Walisongo IAIN Purwokerto dan keluarga besar Rayon FEBI PMII Komisariat Walisongo, yang sudah mendukung saya dan memberikan doa selama ini untuk bisa mengerjakan tugas akhir ini.

7. Untuk keluarga besar MPS A 2016 yang selalu mendukung dan memberi motivasi untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terimakasih untunk kawan-kawan Dewan Eksekutif Mahasiswa DEMA FEBI 2018/2019 yang selalu memberikan doa dan mendukung saya untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Untuk keluarga besar BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, terimakasih atas bimbingannya selama di bank, ilmu yang kalian berikan kepada kami sungguh sangat bermanfaat.

Permohonana maaf penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, namun sampai saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya. Semoga Allah SWT meridhoi segala kebaikan yang telah diberikan. Aammmiinn.



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alahamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala karunia dan kasih sayang-Nya kepada kita semua. Shalawat dan salam senantiasa terlimpahkan pada junjungan Nabi Agung Muhammad SARW, keluarganya, sahabatnya, serta para pengikutnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *WADI'AH* BUMI ARTHA SAMPANG DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANG CILACAP". Tuga akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk progam D III Manajemen Perbankan Syariah.

Penulis menyadari, untuk sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri, melainkan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. KH. Mohamad Roqib, M. Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M. Ag, Wkll Rektor I Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag, Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Charim, M. M, Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M. Si., selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.



7. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku pembimbing yang telah memberi masukan dan arahan kepada penulis.
8. Seluruh dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama proses perkuliahan.
9. M. Agus Al Mahfuri M, selaku *Funding Officer* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.
10. Semua pihak BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kedua orang tuaku, kakak, adik, keluarga yang kusayangi.
12. Sahabat sahabati Pengurus Komisariat Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) periode 2019 yang sudah memberi do'a.
13. Keluarga Besar Rayon Febi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) yang selalu memberi motivasi untuk semangat.
14. Terimakasih untuk seseorang yang sangat spesial dan berarti dalam hidupku yang telah memberi dukungan, do'a, dan membantu dalam menyelesaikan tugas akhir.
15. Keluarga Besar D III Manajemen Perbankan Syariah (MPS) A angkatan 2016 terimakasih atas kebersamaan kerjasamanya selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran guna untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat untuk semua pihak.

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.*

Purwokerto, 07 Oktober 2019



Yuliyani Prabowo  
NIM. 1617203045

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tertanggal 22 Januari 1988, Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Ṣā'	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	Ha (dengan titik diatas)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	‘	Koma terbalik (diatas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Hā'	H	Ha
ء	‘	‘	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Tunggal karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

*Tā Marbūtah* diakhir kata

a. Ditulis dengan *h*.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis *t*:

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-ḥītri</i>
------------	---------	----------------------

3. Vokal Pendek

-----َ	Fathah	Ditulis	A
-----ِ	Kasrah	Ditulis	I
-----ُ	Ḍammah	Ditulis	U

4. Vokal panjang

Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā</i> <i>jāhiliyah</i>
Fathah + yā' mati تنسى	Ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
Fathah + yā' mati كريم	Ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati فروض	Ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

5. Vokal Rangkap

Fatḥah + yā'mati بينكم	Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
Fatḥah + wāwu mati قول	Ditulis	Au <i>Qaul</i>

6. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

7. Kata sandang *alif lām*

a. Bila diikuti guruf *qamariyyah* ditulis al-

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis al-

الناس	Ditulis	<i>al-Nās</i>
الصلوات	Ditulis	<i>al-Ṣolawāt</i>

8. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
WADI'AH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS  
CIMANGGU CILACAP**

Yuliyani Prabowo  
1617203045

Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

Dalam dunia perbankan tentu banyak terjadi persaingan, khususnya pada perbankan syariah yang mulai berkembang saat ini. Dengan banyaknya persaingan tersebut, dari beberapa lembaga mempunyai strategi dan analisis untuk menarik daya tarik konsumen. Salah satu produk itu ialah tabungan *wadi'ah*. Tabungan *wadi'ah* adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorang atau badan hukum dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindahbukuan lainnya, tabungan ini penabung mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya sesuai ketentuan bank.

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran, implementasi serta analisis pada produk tabungan *wadi'ah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Dalam pengumpulan data ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Maka dari itu PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap menerapkan strategi pemasaran produk tabungan *wadi'ah* dengan melakukan bauran pemasaran yang terdiri dari 4 elemen yaitu produk, harga, tempat, dan promosi. Dari itu semua untuk bisa meningkatkan nasabah dan calon nasabah.

Kata kunci: *Tabungan Wadi'ah, Bauran Pemasaran*

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
WADI'AH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS  
CIMANGGU CILACAP**

Yuliyani Prabowo  
1617203045

Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRACT**

In the banking world there is certainly a lot of competition, especially in sharia banking which is starting to develop at this time. With so many competition, from several institutions that have strategies and analysis to attract consumer appeal. One of the products is wadi'ah savings. Wadi'ah savings is a third party deposits at banks (an individual or legal entity in rupiah currency) which may be withdrawn my rent-time, using a transfer slip book-entry another, these savings depositors get bonus savings per day in accordance with the bank.

The purpose of this study aimed to find out how the marketing strategy, implementation and analysis of Wadi'ah savings products at BPRS Bumi Artha Sampang at Cash Office Cimanggu Cilacap Cash. In this data collection using observation, interviews, and documentation. This research uses descriptive analysis method with a qualitative approach.

Therefore PT. BPRS Bumi Artha Sampang at Cash Office Cimanggu Cilacap implements a marketing strategy for wadi'ah savings products by conducting a marketing mix consisting of 4 elements namely product, price, place and promotion. From all of that to be able to increase customers and prospective customers.

Keywords: *Wadi'ah savings, Marketing mix, Marketing strategy*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perekonomian di Indonesia pada saat ini memang sangat menurun salah satunya dikarenakan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing terpantau masih melemah di perdagangan pasar. Pada kurs mata uang asing yang berada pada bulan Juni-Juli 2019, yaitu Inflasi pada bulan juni 2019 naik turn 3,5% setelah itu naik menjadi 3,28% sedangkan pada cadangan devisa pada tanggal 30 Juni 2019 dollar berada pada \$ 123,823 untuk BI 7- Day RR mempunyai suku bunga 5,75% pada tanggal 18 Juli 2019 sedangkan nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing berada Rp 14,010 pada tanggal 29 Juli 2019.<sup>1</sup> Tetapi untuk sektor perdagangan pasar juga bisa berpengaruh signifikan terhadap kondisi krisis ekonomi saat ini. Dengan alasan, kondisi ekonomi saat ini, tidak seperti krisis di tahun 1998 karena pada saat itu bank tertekan. Hal ini dipicu karena sektor perbankan saat ini sudah diuji ketahanannya terhadap gejolak ekonomi dan sektor perbankan saat dinilai masih sangat kuat untuk kondisi pada saat ini. Industri perbankan syariah juga dinilai lebih tahan krisis di bandingkan dengan perbankan konvensional jika

---

<sup>1</sup><https://www.cnbcindonesia.com/market/20190729132851-17-88274/pukul-1400-wib-rupiah-melemah-ke-rp-14010-us-> Pada Tanggal 01 Agustus 2019 Pukul 00.16 WIB.



kondisi ekonomi memburuk. Pasalnya, industri perbankan syariah lebih fleksibel dalam menghadapi situasi apapun.<sup>2</sup>

**Tabel 1.1**  
**Kurs Terhadap Dollar**

JISDOR (USD-IDR) 29-07-19	Rp 14,010
BI 7-Day RR 18-07-2019	5.75%
Cadangan Devisa 30-06-19	\$ 123,823 M1
Inflasi IHK (yoy) Jun 2019	3.28 %
Inflasi IHK (yoy) Jun 2019	3.5% ( $\pm 1\%$ )

( Sumber: *www.market bisnis.com* )

Dalam menghadapi perkembangan perekonomian nasional yang senantiasa bergerak cepat, kompetitif, dan terintegrasi dengan tantangan yang semakin kompleks serta sistem keuangan yang semakin maju, diperlukan penyesuaian kebijaksanaan bidang ekonomi, termasuk perbankan, salah satunya adalah bank syariah karena kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa-jasa perbankan syariah semakin meningkat. Dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang

---

<sup>2</sup>R Ajenag Entremen, *Strategi Pemasaran Terhadap Produk Tabungan iB Hasanah Di PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang X* (Jakarta: 2016), hal 53.

perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>3</sup>

UU No.10 Tahun 1998 yang merubah UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan nampak lebih jelas dan tegas mengenai status perbankan syariah, sebagaimana disebutkan dalam pasal 13, Usaha Bank Perkreditan Rakyat. Pasal 13 huruf C berbunyi : Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh BI. Keberadaan BPRS secara khusus dijabarkan dalam bentuk SK Direksi BI No. 32/34/Kep/Dir, tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah dan SK Direksi BI No. 32/36/Kep/Dir, tertanggal 12 Mei 1999 dan Surat Edaran BI No. 32/4/KPPB tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Prinsip Syariah.<sup>4</sup>

Berdasarkan Akta Pendirian No. 6 tanggal 6 Desember 2006, dihadapan Naimah, S.H, M.H., yang merupakan notaris di Cilacap dan dengan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM No. W9.00204 HT : 01.01.Th 2006 tertanggal 12 Desember 2006, serta berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 9/24/Kep-GBI uni 2007 tentang pemberian ijin usaha perbankan di Indonesia yaitu PT. BPRS Bumi Artha Sampang resmi berdiri.<sup>5</sup> Dengan adanya kemajuan dari BPRS Bumi Artha Sampang maka mendirikan beberapa kantor cabang dan kantor kas diantaranya BPRS Bumi

---

<sup>3</sup>Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syaria'ah Pasal 1

<sup>4</sup><https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditan-rakyat-bpr-syariah/> Pada Tanggal 24 Agustus 2019 Pukul 2011.

<sup>5</sup>Undang-Undang Republik Indonesia

Artha Sampang Cabang Purwokerto, BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Kebumen, BPRS Bumi Artha Sampang Sidareja, BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cilacap, BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cipari, BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu. Tentu saja dari BPRS mempunyai prinsip syariah yang harus bisa di jaga dari aspek-aspeknya karena adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) bahwa semua produk telah melalui pengujian dari DPS. Strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar.<sup>6</sup>

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil adalah yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Selain itu pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk memulai produk yang dihasilkan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>R Ajeng Entaremen, *Strategi Pemasaran Terhadap Produk Tabungan iB Hasanah Di PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang X* (Jakarta: 2016),hal 54

<sup>7</sup> Pauji, Nawawi, *Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah* (Bogor, 2015). Hal 383

Pemasaran adalah sebuah awal dari diterimanya produk oleh konsumen, sehingga aspek ini patut diperhatikan dan diberi solusi yang optimal. Jika berpijak pada tujuan untuk peningkatan konsumen layanan bank syariah yang beberapa pihak mengatakan masih kurang optimal, maka aspek pemasaran tidak bisa diabaikan manajemen internal sebuah bank syariah khususnya berkaitan dengan produk yang berbasis syariah.<sup>8</sup>

Pemasaran terhadap produk pendanaan tabungan wadi'ah bumi artha sampang sangatlah penting. Hal ini merupakan kunci suksesnya agar diterimanya produk pendanaan tabungan wadi'ah bumi artha sampang pada masyarakat. Berbagai macam produk pendanaan dengan berbagai nama tentu sudah dilakukan oleh bank syariah. Pemasarannya langsung pada takaran produk tertentu yang dimiliki oleh bank syariah. Mulai dari pamflet, iklan, dan brosur gratis yang di berikan kepada masyarakat itu adalah sebuah bentuk strategi pemasaran dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap untuk bisa menarik nasabah baru agar bisa tertarik menabung di bank tersebut. Intinya program-program atau strategi pemasaran dilakukan langsung pada sebuah aktivitas untuk bisa menawarkan produk yang spesifik dari sebuah bank.

Pada tahun 2016-2018 di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2016 yaitu nasabah yang menggunakan tabungan *wadi'ah* itu 400 nasabah dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 600 nasabah. Setelah menggunakan

---

<sup>8</sup>Rida Faiqoh, *Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di Bank Muamalat Cabang Kudus*, (Demak, 2013), hal 282

*marketing mix* mengalami penurunan yang dratis yaitu menjadi 250 nasabah pada tahun 2018. Dari salah satu seseorang karyawan yang di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap mengatakan pada saat ini yang kebanyakan masih lanjut menabung hanya dari kalangan pedagang yang di pasar dan pedagang yang di toko. Dengan pembukaan tabungan pada tabungan *wadi'ah* yang dengan pembukan saldo itu tidak memberatkan masyarakat atau calon nasabah maka dari mereka tertarik untuk bisa membuka tabungan *wadi'ah* tapi setelah itu tidak di lanjutkan kembali itu kebanyakan yang konsisten dalam menabung dari kalangan masyarakat biasa atau bukan pedagang.<sup>9</sup> Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen serta mencapai keberhasilan yang telah ditentukan. Dengan begitu maka hal demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk tabungan *wadi'ah* yang digunakan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dalam persaingan dengan perbankan lainnya.

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul “**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN WADI’AH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP**”.

---

<sup>9</sup>Wawancara dengan Bapak M. Agus Al Mahfuri M *Funding Officer*, tanggal 13 September 2019.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan pertanyaan yang terdapat dalam rumusan masalah diatas, maka terdapat yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mampu mengetahui implementasi bauran pemasaran produk tabungan wadi'ah pada BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademik

Memberikan gambaran atau deskripsi sebagai wacana yang diharapkan dapat menambah dan memberikan wawasan keilmuan dari aspek perbankan syari'ah bagi IAIN Purwokerto.

2. Bagi Bank BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap

Untuk ikut serta dalam menyalurkan informasi bagi pihak manajemen bank sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan untuk kemajuan di masa mendatang.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan informasi bagi masyarakat untuk lebih bisa mengenal dan mengetahui wawasan tentang perbankan.

#### 4. Bagi Penulis

Sebagai kontribusi pengetahuan dalam menerapkan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Dan untuk menambah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi islam khususnya dalam bidang perbankan syariah, terkait dengan Implementasi Bauran Pemasaran Produk Tabungan *Wadi'ah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

### E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahpahaman menginterpretasikan judul dan memperjelas batas penelitian, terlebih dahulu dipertegasakan pengertian dan istilahn yang terdapat dalam judul **“IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN WADI'AH BUMI DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP”**.

#### 1. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang telah di pilih. Dalam bauran pemasaran ini ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/sistem distribusi dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuai dengan konsumen yang akan dituju.<sup>10</sup>

Sedangkan pemasaran (*marketing*) adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga,

---

<sup>10</sup>Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*(Yogyakarta: Penertbit (UPP) AMP YKPN 2005). Hlm 222.

promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Selain itu pemasaran juga berorientasi pada pelanggan dan kesetiaan pelanggan terhadap produk.<sup>11</sup>

Dari pemasaran tentu juga bisa menentukan segmentasi pasar yang sudah di rancang untuk menrencanakan sektor pasar untuk bisa memuaskan keinginan dan mencapai tujuan perusahaan. Maka dari itu bauran pemasaran merupakan suatu bentuk dalam memasarkan produk yang melalui produk, harga, promosi, distribusi/tempat agar bisa mencapai sebuah tujuan bank yang diharapkan.

## 2. Produk

Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>12</sup>

## 3. Tabungan *Wadi'ah* Bumi Artha Sampang

*Wadi'ah* adalah harta yang dititipkan kepada pihak yang mau mengamalkannya tanpa dibebani biaya. Atau wadi'ah juga berarti abarang yang dititipkan pada seseorang dengan tujuan pengamanan. Definisi wadi'ah juga menuju pada dzat yang dititipkan berupa materi (benda atas dasar kontrak yang sistematis untuk proses penitipan).<sup>13</sup>

Tabungan *wadi'ah* Bumi Artha Sampang merupakan produk *funding* (pendanaan) dan memiliki salah satu tabungan yang diminati oleh

---

<sup>11</sup>*Ibid.* hlm 2.

<sup>12</sup>Murti Sumarni. *Manajemen Pemasaran Bank*(Yogyakarta: Liberty Yogyakarta 2002). Hlm 7.

<sup>13</sup>Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*(Yogyakarta: Teras 201). Hlm. 125.



masyarakat yaitu tabungan *wadi'ah*. Tabungan *wadi'ah* adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindah bukuan lainnya, tabungan ini penabung mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya sesuai ketentuan bank.<sup>14</sup>

#### 4. Bank BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap

Perintisan BPRS Bumi Artha Sampang di mulai sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan. H. Kholipan mengutarakan keinginannya kepada Buyar Winarso yang merupakan relasi bisnisnya. Oleh Buyar Winarso, H. Kholipan dipertemukan dengan Soedjito yang berdomisili di Jogjakarta.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Bumi Artha Sampang berada di Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang- Cilacap, lebih jelasnya terletak tepat di depan Pasar Tradisional Sampang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. PT. BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) saat ini memiliki tiga kantor cabang yang terletak di Jl. Pemuda No. 30 Kebumen, Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto Banyumas, Jl. Ahmad Yani Sidareja dan tiga kantor kas yang masing-masing terletak di Jl.

Ahmad Yani Cipari, Jl. Tentara Pelajar No. 42 Cilacap, dan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap ada di Jl. Raya

---

<sup>14</sup>Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang hal 1

Cimanggu Km 8 Cimanggu lebih tepatnya berada di Komplek SPBU Cimanggu.<sup>15</sup>

## F. Metode Penelitian

Metodologi penelitian dapat diartikan sebagai suatu bahasan yang membahas secara teknik metode-metode yang digunakan dalam sebuah penelitian. Metode penelitian terdiri dari:

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) adalah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau responden.<sup>16</sup> Dalam hal demikian maka pendekatan ini terkait dengan pengamatan. Oleh karena itu penulis turun langsung ke tempat penelitian dengan subyek penelitian BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

### 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### a. Lokasi

Lokasi penelitian bertempat di BPRS Bumi Artha Smpang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, yang beralamat Jalan Raya Cimanggu Km. 8 (Komplek SPBU Cimanggu), Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53115.

#### b. Waktu

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Januari 2019 sampai dengan 5 Maret 2019.

### 3. Subyek dan Obyek

---

<sup>15</sup>[www.bumiarthasampang2007.blogspot.com](http://www.bumiarthasampang2007.blogspot.com) pada tanggal 20 Juli 2019 Pukul 17.10 WIB.

<sup>16</sup>Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisa Data Peenelitian Dengan Statistik*(Jakarta: PT Bumi Aksara 2014). Hlm. 5.

Subyek penelitian ini adalah BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Obyek penelitian ini adalah Implementasi Bauran Pemasaran Produk Tabungan *Wadi'ah* Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

#### 4. Sumber Data

Sumber data yang utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen lain-lain. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah:

##### a. Sumber Primer

Adalah sumber bahan atau dokumen yang dikemukakan atau gambarkan sendiri oleh orang atau pihak yang hadir pada waktu kejadian yang digambarkan tersebut berlangsung, sehingga mereka dapat dijadikan saksi.<sup>17</sup>

Sumber primer dilibatkan oleh peneliti melalui wawancara dengan funding officer dan accounting officer BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yaitu M. Agus Al Mahfuri M dan Toyib Bakhrowi dan karyawan yang lainnya serta melalui pengamatan (observasi) terhadap oprasional sehari-hari.

##### b. Sumber Sekunder

Adalah sumber bahan kajian yang digambarkan oleh bukan orang yang ikut mengalami atau yang hadir pada waktu kejadian

---

<sup>17</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*(Jakarta: PT Rineka Cipta 1993). Hlm. 83.

berlangsung.<sup>18</sup> Sumber sekunder didapatkan oleh penulis melalui hasil foto-foto serta dokumentasi yang merupakan data tambahan yang dapat mendukung penelitian ini.

## 5. Teknik Pengumpulan Data<sup>19</sup>

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Tanpa upaya pengambilan data berarti penelitian tidak dapat dilakukan. Terdapat tiga pengumpulan data yang bisa digunakan oleh para peneliti, yakni:

### a. Teknik Observasi

Adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Dari sisi cara mengklasifikasi data. Observasi dapat dikategorikan sebagai berikut:

### b. Observasi Langsung

Yakni teknik pengumpulan data dimana penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subyek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan didalam situasi sebenarnya maupun dilakukan didalam situasi buatan yang khusus dilakukan.<sup>20</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap lokasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimangur Cilacap, suasana kerja karyawan, sistem operasionalnya dan sebagainya.

---

<sup>18</sup>*Ibid'*

<sup>19</sup>Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*(Yogyakarta; Graha Ilmu: 2014). Hlm 71.

<sup>20</sup>Winarno Surakhmad. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode Dan Teknik*(Bandung: Tarsito 1994). Hlm 162.

c. Observasi Tak Langsung

Yakni pengumpulan data dimana penyelidikan mengadakan pengamatan terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki dengan perantaraan sebuah alat, baik alat yang sudah ada (yang semula tidak khusus dibuat untuk keperluan tersebut), maupun yang sengaja dibuat untuk keperluan yang khusus itu. Pelaksanaannya dapat berlangsung didalam situasi yang sebnernya maupun di dalam situasi yang buatan.<sup>21</sup> Dalam penelitian penulis melakukan pengamatan pada BPRS Bumi Artha Sampang serta mengumpulkan data yang diperlukan.

d. Teknik Wawancara (interview)

Adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik.<sup>22</sup> Dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara langsung dengan *funding Officer* dan *accounting officer* BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yaitu M. Agus Al Mahfuri M dan Toyib Bakhrowi mendapatkan informasi atau percakapan informasi atau keterangan yang berkaitan dengan implementasi bauran pemasaran dalam produk tabungan *wadi'ah*.

e. Teknik Dokumentasi

Yakni penulurusan dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistik, agenda kegiatan,

---

<sup>21</sup>*Ibid'*

<sup>22</sup>Kartono pada buku imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*(Jakarta: PT Bumi Aksara 2014). Hlm. 160.

produk keputusan atau kebijakan, sejarah, dan hallainnya yang terkait dengan penelitian.<sup>23</sup> Adapun sumber-sumber dokumentasi berasal dari brosur, arsip-arsip BPRS Bumi Artha Sampang, dokumen-dokumen, formulir-formulir dokumen transaksi dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi dokumen yang diperlukan untuk penyusunan Laporan Tugas Akhir.

#### 6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan focus atau masalah yang ingin dijawab.<sup>24</sup>

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dimana mendeskripsikan tentang masalah yang ada kemudian menganalisisnya dan dilakukan sebelum memsuki lapangan, selama dilapangan. Analisis data ini menjadi salah satu pegangan dalam penelitian. Metode ini digunakan penulis untuk mendeskripsikan data-data mengenai Implementasi Bauran Pemasaran Produk Tabungan *Wadi'ah* Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

---

<sup>23</sup>*Ibid'* Hlm. 83.

<sup>24</sup>Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*(Jakarta: PT Bumi Aksara 2014). Hlm. 209.

Metode deduktif adalah metode yang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak pada pengetahuan umum dimana digunakan untuk menilai kejadian khusus.<sup>25</sup>

Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran Produk Tabungan *Wadi'ah* Di BPRS Bumi Arta Samapang Kantor Kas Cimanggu Cialcap.



---

<sup>25</sup>Sutrisno Hadi. *Metode Reseach*(Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm 42

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap untuk memasarkan produk-produknya dan salah satunya tabungan *wadi'ah* yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran sendiri meliputi produk, harga, tempat, dan promosi. Harga pada produk tabungan *wadi'ah* yaitu tidak terlalu berat, jadi dari kalangan manapun bisa menabung. Tempat dalam hal ini lokasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap berada di Kecamatan Cimanggu Kabupaten Cilacap tepatnya di Jl. Raya Cimanggu km. 8 Cimanggu tepat di Komplek Rest Area SPBU Cimanggu. Promosi yang dilakukan oleh BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap yaitu dengan grebeg pasar dan selalu pasang stand saat ada acara.

Pada strategi yang di implementasikan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap untuk pemasarannya pada produk tabungan *wadi'ah*, juga ada beberapa tahapan yang tentu untuk kemajuan perusahaan. Pada tahapan pertama yaitu, ada tahapan perkenalan dimana PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap untuk bisa mensosialisakan dan memperkenalkan



tabungan *wadi'ah* kepada masyarakat agar bisa masyarakat mengenal produk tabungan *wadi'ah*.

Untuk analisis strategi pemasaran yang dilakukan PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap memiliki kendala dalam memasarkan produk tabungan *wadi'ah* dengan persaingan yang sangat ketat, yaitu yang ada di luar lokasi kantor yang berasal dari BMT dan dari beberapa bank konvensional tentu dalam memasarkan harus bisa lebih efektif dan terkoordinir.

#### **B. Saran-saran**

1. Strategi PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap pada produk tabungan *wadi'ah* untuk bisa terus meningkatkan nasabahnya.
2. Melakukan pendekatan terhadap nasabah ataupun calon nasabah untuk bisa lebih mengenalkan produk tabungan *wadi'ah* kepada masyarakat.
3. Utamakan dalam sebuah kinerja karyawan karena dengan itu bisa memperbaiki kualitas kinerja karyawan karena dengan itu bisa memperbaiki kualitas kerjanya dalam memasarkan produk tabungan *wadi'ah*.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1.

Undang-Undang Republik Indonesia.

Abdurahman, Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: Penerbit CV Pustaka Setia, 2015.

Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Penerbit Liberty Yogyakarta 2002.

Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Penerbit Teras 2012.

Dokumen Brosur BPRS Bumi Artha Sampang.

Hasan, Iqbal dan Misbahuddin, *Analisa Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara 2014.

Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta 1993.

M. Hikmat, Mahi, *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi Dan Sastra*, Yogyakarta; Penerbit Graha Ilmu: 2014.

Surakhmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar, Metode Dan Teknik*, Bandung: Penerbit Tarsito 1994.

Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara 2014.

Hadi, Sutrisno, *Metode Reseach*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset 2000.

David, Fred R dan Forest R. David. *Manajemen Stragik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat 2015.

Susanto, AB. *Manajemen Strategik Komprehensif*. Jakarta: Penerbit Erlangga 2014.

Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia 2010

M. Mursid. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara 2015.

Ikatan Bankir Indonesia, Strategi Bisnis Bank Syariah.

Kartawijaya, Hermawan. Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan PT Mizan Pustaka Anggota IKAPI 2008.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers 2017.

Umam, Khoerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Penerbit Pustaka Setia 2013.

Ascarya. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.2015.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Penerbit Prenamedia Group 2011.

Janwari, Yadi. *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya 2015.

Muhammad. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Penerbit (UPP) AMP YKPN 2005.

Jonathan Sarwono. *Marketing Intelingence*. Yogyakarta: Graha Ilmu 2011.

Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2012.

#### **Sumber Artiker Jurnal:**

R Ajenag Entremen, *Strategi Pemasaran Terhadap Produk Tabungan iB Hasanah Di PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang X* (Jakarta: 2016). Hlm 53-54

Pauji, Nawawi, *Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah* (Bogor, 2015). Hlm 383.

Rida Faiqoh, *Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di Bank Muamalat Cabang Kudus*, (Demak, 2013). Hlm 282.

#### **Sumber Berita Online:**

<https://market.bisnis.com/read/20190624/93/936855/kurs-rupiah-terhadap-dolar-hari-ini-24-juni-2019> Pada tanggal 26 Juli 2019 Pukul 01.59 WIB.

<http://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkredit-rakyat-bpr-syariah/amp/> Pada tangga 12 Mei 2019 Pukul 10.14 WIB

[www.bumiartasampang2007.blogspot.com](http://www.bumiartasampang2007.blogspot.com) pada tanggal 20 Juli 2019 Pukul 17.10 WIB.

**Sumber Skripsi/Tugas Akhir:**

Bayu Nugroho Agustian, 2017, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di BMT Fajar KCP Semuli Jaya”, Tugas Akhir, IAIN Metro.

Sandy Yoga Arrafi, 2016, “Strategi Pemasaran Produk *Funding* Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Magelang”, Tugas Akhir: IAIN Salatiga.

Shandy Rheza Pribadi, 2016, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) Di Bank BRI Syariah KC Purwokerto”, (Tugas Akhir, IAIN Purwokerto.

Muhammad Ainur Rifqi, 2015, ”Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Tabungan *Wadiah* Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang”, Tugas Akhir IAIN Salatiga.

Eka Nur Hidayah, 2017, “Strategi Pemasaran Melalui Peningkatan Dan Pelayanan Produk Tabungan Wadi’ah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Sidareja”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto.

**Sumber Berita Wawancara:**

M. Agus Al Mahfuri M (Funding Officer) BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, 13 September 2019.

Toyib Bahkrowi (Accounting Officer) BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilavap, 13 September 2019.

**IAIN PURWOKERTO**