

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)
PADA TABUNGAN FAEDAH
DI BRI SYARIAH KCP AJIBARANG BANYUMAS**



TUGAS AKHIR

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

Oleh :

MUSRIFAH
NIM: 1323204037
IAIN PURWOKERTO

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | ii |
| HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Maksud dan Tujuan..... | 8 |
| D. Metode Penelitian..... | 8 |
| 1. Jenis Penelitian..... | 9 |
| 2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 9 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data..... | 10 |
| 4. Metode analisis data..... | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Pengertian Marketing | 12 |
| 1. Pengertian Marketing Mix | 12 |
| 2. Strategi Pemasaran Bank..... | 14 |
| B. Produk Tabungan di Bank Syariah | 21 |
| 1. Pengertian Bank Syariah | 21 |
| 2. Produk Tabungan di Bank Syariah | 21 |
| C. Penelitian Terdahulu | 28 |

| | | |
|----------------|---|----|
| BAB III | HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Gambaran Lokasi Penelitian | 30 |
| | 1. Sejarah singkat BRI Syari'ah | 30 |
| | 2. Visi, Misi dan Motto | 33 |
| | 3. Struktur Organisasi..... | 34 |
| | B. Sistem Operasional dan Produk | 38 |
| | 1. Konsep Operasional | 38 |
| | 2. Produk BRI Syari'ah | 41 |
| | a. Produk Penghimpunan Dana..... | 41 |
| | b. Produk Penyaluran Dana..... | 43 |
| | c. Produk Jasa Layanan Lainnya..... | 48 |
| | C. Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada tabungan faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas | 50 |
| BAB IV | PENUTUP | |
| | A. Kesimpulan | 71 |
| | B. Saran..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |
| RIWAYAT HIDUP | | |

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.2 daftar jumlah nasabah funding dan financing BRI Syariah
KCP Ajibarang Banyumas 32
2. Tabel 1.3 dokumen kelengkapan permohonan pembiayaan KPR BRI
Syariah KCP Ajibarang Banyumas..... 44
3. Tabel 1.4 Dokumen kelengkapan permohonan pembiayaan KKB BRI
Syariah KCP Ajibarang Banyumas 45
4. Tabel 1.5 syarat-syarat permohonan pembiayaan BRI Syariah KCP
Ajibarang Banyumas 47



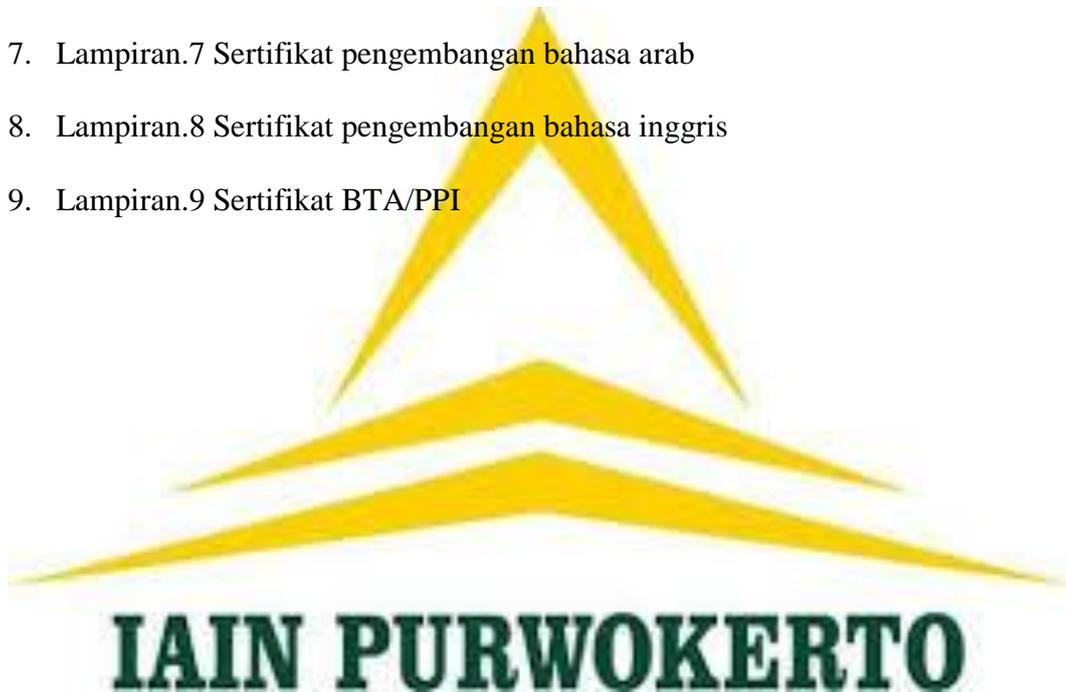
DAFTAR GAMBAR

1. Daftar gambar 2.1 struktur organisasi BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu
Ajibarang Banyumas 34



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran.1 Pedoman wawancara
2. Lampiran.2 Brosur Produk Dana BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas
3. Lampiran.3 Daftar Riwayat hidup
4. Lampiran.4 Blanko bimbingan tugas ahir
5. Lampiran.5 Sertifikat Praktik kerja lapangan
6. Lampiran.6 Sertifikat komputer
7. Lampiran.7 Sertifikat pengembangan bahasa arab
8. Lampiran.8 Sertifikat pengembangan bahasa inggris
9. Lampiran.9 Sertifikat BTA/PPI



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat.¹ Pemasaran adalah lebih dari pada mengembangkan sebuah produk yang baik dan membuat produk tersebut tersedia dengan mudah. Mengembangkan sebuah produk baru, memberikan harga yang layak, dan membuatnya tersedia dengan baik.²

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasaran tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing dari waktu ke waktu yang semakin meningkat. Dan para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasarannya dalam memasarkan produknya.³

Bagi dunia perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan

¹ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 4.

² Leonard L. Berry Dan James H. Donnelly, *Bank Marketing*, (Jakarta: Zaiyan Putra, 1987), hlm. 1.

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm, 59.

untuk dijalankan.⁴ Bank harus menggunakan konsep pemasaran modern yang berorientasi kepada kepentingan dan kepuasan nasabah serta lingkungan tanpa melupakan tujuan untuk mendapatkan laba dalam jangka panjang, dan dengan adanya karyawan yang inovatif dan kreatif akan banyak menunjang tujuan dari bank tersebut.⁵

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial dengan nama individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁶ Dapat dikatakan pula bahwa pemasaran terdiri dari serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*target market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan.⁷ Secara terperinci aspek pemasaran yang perlu dianalisis adalah produk yang dipasarkan, pangsa pasar, pesaing, dan strategi pemasaran.⁸ Apabila pasar sasaran telah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus menyusun suatu rencana untuk memasuki pangsa pasar yang telah dipilih. Rencana tersebut akan berisi keputusan-keputusan yang terbagi dalam empat strategi, yaitu: strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, strategi promosi.

⁴ *Ibid.*, hlm. 60.

⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 245.

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 61.

⁷ Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, (Jakarta: Info Bank, 1995), hlm. 6.

⁸ Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 121.

Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk suatu bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variable/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu, produk, harga, promosi dan distribusi. Atau dengan kata lain *marketing mix* merupakan kumpulan variable-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan/bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena itu *marketing mix* merupakan suatu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu dijalankan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.⁹

Strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah hal yang menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia.¹⁰ Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran produk barang dan jasa, khusus untuk produk jasa akan sedikit berbeda dengan produk barang.¹¹

Unsur-unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain:

1. *Product* (Produk), produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan di dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan (*after*

⁹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm .246.

¹⁰ Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm.40.

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.119.

sales service). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisis kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dari riset pasar.

2. *Price* (Harga), Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan adalah suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar.
3. *Promotion* (promosi), merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut dan diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.
4. *Place* (Tempat), Hal yang perlu diputuskan dalam memilih tempat yaitu: sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, pemilihan saluran distribusi. Bagi perbankan, pemilihan lokasi sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM, Bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan *core bussines* dari perusahaan.¹²

Sedangkan **Gita Danupranata** (2015), menambah dalam bisnis jasa pada perbankan syariah, bauran pemasaran ditambah 3p yaitu:

¹² Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 14-16.

- *People* (orang/SDM), semua orang atau sumber daya manusia yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan dalam jangka panjang.
- *Process* (proses), merupakan salah satu unsur bauran pemasaran untuk usaha jasa yang cukup mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu pemasaran. Proses tersebut mulai dari penawaran produk hingga melayani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan.
- *Physical evidence* (bukti fisik), produk berupa pelayanan perbankan syariah merupakan suatu hal yang tidak berwujud (*intangible*) atau tidak bisa diukur secara pasti seperti halnya produk dalam bentuk barang.¹³

Dengan demikian penggunaan konsep Bauran Pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa yang digabungkan menjadi 7p, yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/saluran distribusi), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), *Physical evidence* (bukti fisik).

Adapun strategi marketing yang diterapkan di Bank BRISyariah Ajibarang yaitu lebih mengedepankan pada hubungan emosional, sistem jemput bola, pameran dan grebek pasar. Hubungan emosional disini lebih ditekankan pada hubungan kekeluargaan yang terjalin diantara para nasabah dan pihak bank. Dari sini secara tidak langsung akan lebih mempererat hubungan diantara kedua belah pihak. Sedangkan untuk sistem jemput bola

¹³ Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 41.

yaitu sekaligus untuk menjalin silaturahmi dan hubungan baik dengan nasabahnya. Strategi marketing di Bank BRISyariah Ajibarang juga lebih memprioritaskan pada kelompok UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang ada diwilayah Ajibarang dan sekitarnya. Selain marketing memasarkan pembiayaan untuk usaha kecil menengah tersebut, hal ini juga sangat mendukung dalam memasarkan produk tabungan faedah sebagai tabungan utama di bank ini, karena apabila nasabah pembiayaan tersebut telah selesai pembiayaan maka tabungan yang selanjutnya digunakan nasabah tersebut adalah tabungan faedah.¹⁴ Dari strategi marketing tersebut strategi marketing mix sangat mendukung dalam memasarkan produk tabungan faedah yang ada di BRI syariah KCP Ajibarang Banyumas.

Salah satu Produk utama di BRI syariah ini adalah tabungan Faedah iB. Tabungan Faedah (fasilitas serba mudah) BRI Syariah iB merupakan produk BRI Syariah yang paling banyak diminati oleh masyarakat karena tabungan faedah ini adalah tabungan bagi nasabah perorangan yang menggunakan prinsip titipan (*wadi'ah yad ad dhāmanah*) yaitu titipan dana nasabah di Bank Syariah, dimana untuk sementara waktu bank boleh memanfaatkan dana tersebut, dan dapat diambil setiap saat. Adapun fasilitas yang diberikan oleh BRI Syariah kepada nasabah yaitu setoran awal ringan minimal Rp.50.000, gratis biaya administrasi tabungan, gratis biaya bulanan kartu ATM, gratis biaya tarik tunai di ATM BRI Syariah, gratis biaya cek saldo di ATM BRI Syariah, transfer antar sesama bank maupun ke bank lain,

¹⁴Dokumen BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.

nasabah juga mudah melakukan beragam transaksi perbankan di ATM BRI Syariah, dapat diberikan bonus sesuai dengan kebijakan Bank.

Pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat, baik dana berskala kecil maupun besar, dengan masa pengendapan yang memadai.¹⁵ Bank BRI Syariah juga menghimpun dananya dalam skala kecil yakni dari pihak ketiga atau dari penabung, salah satunya dari nasabah tabungan faedah, dengan demikian dana yang dihimpun dari tabungan faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang sekitar Rp. 297.800.000 dari 1021 nasabah tabungan faedah pada periode januari 2015 sampai februari 2016.¹⁶

Kemudian tempat distribusi atau target pasar untuk nasabah tabungan faedah pun sangat dekat yaitu pasar induk yang tepat berada di belakang kantor BRI Syariah, sehingga marketing tidak terlalu jauh dalam mencari nasaban tabungan faedah ini. Lalu promosi yang dilakukan oleh BRI Syariah sangat menarik baik di dalam iklan televisi, brosur, maupun kegiatan lain yang menyangkut dalam sosial maupun kegamaan yang menjadikan salah satu daya tarik bagi calon nasabah yang melihatnya.¹⁷

Dari data diatas marketing mix merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas pada produk tabungan faedah, dimana produk tabungan faedah pada BRI Syariah KCP Ajibarang merupakan produk yang banyak diminati oleh masyarakat.

¹⁵ Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 90.

¹⁶ Wawancara dengan Dyah Ayu Pusporini, PGS BOS dan Puji Astuti, Customer Service BRI Syariah KCP Ajibarang, (Kamis, 7 April 2016, Pukul 14.25 WIB).

¹⁷ *Dokumen BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas*, Tahun 2016.

Tabungan ini memanjakan semua nasabahnya dengan memberikan pelayanan tabungan serba gratis sehingga nasabah pun merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank tersebut. hal ini harus terus dipertahankan agar memuaskan nasabahnya.

Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut penyusun tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana BRI Syariah KCP Ajibarang dalam mempraktekkan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk tabungan faedah. Maka melalui laporan Tugas Akhir ini penyusun mengambil judul: **“Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diambil rumusan masalahnya, yaitu: Bagaimana Bank BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas dalam menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada tabungan faedah?.

C. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penulisan Tugas Akhir adalah untuk memberikan suatu informasi tertulis atas hasil pencapaian mahasiswa tentang ilmu praktik di lembaga perbankan yang penyusun melakukan secara langsung terutama pada pemasaran produk tabungan faedah yang digunakan di BRI Syariah KCP Ajibarang. Melalui tugas akhir ini juga semoga dapat menjadi wacana tersendiri bagi para pembaca dan dapat menjadi wacana tersendiri bagi pembaca dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Tujuan penulisan Laporan Tugas Akhir adalah untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun laporan praktek kerja, sehingga mahasiswa dapat memaparkan secara mendetail pelaksanaan praktek kerja yang dilakukannya dalam bentuk karya tulis ilmiah dan sebagai syarat memperoleh gelar Ahli Madya di bidang Manajemen Perbankan Syariah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di program DIII Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.¹⁸

D. Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang digunakan untuk mendapatkan data-data secara langsung. Penelitian ini adalah penelitian lapangan bermaksud untuk memaparkan data-data yang ditemukan dilapangan dan menganalisisnya untuk mendapatkan kesimpulan yang benar dan akurat.¹⁹ Dengan melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan proses bauran pemasaran pada tabungan faedah di Bank Syariah KCP Ajibarang, antara lain, pimpinan BRI Syariah KCP Ajibarang, PGS BOS, *Customer Servise*, *Teller*, dan bagian *marketing*.

2) Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian yaitu bertempat di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas yang beralamat di Jalan Raya Pancasan, Ajibarang

¹⁸Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto, *Panduan Penyusunan Tugas Ahir Program D III Manajemen Perbankan Syariah*, 2016.

¹⁹Jusuf Soewardji, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm.21.

Banyumas 53163No.Telp/Fax: (0281) 57177 Fax. (0281) 572200.Waktu Pelaksanaan penelitian dimulai pada hari Senin, 18 Januari 2016 sampai dengan hari senin, 11 April 2016.

3) Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data kualitatif yaitu merupakan cara yang dilakukan penyusun untuk mengungkapkan atau menjangkau informasi yang kualitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.Semua jenis data ini memiliki satu aspek kunci secara umum. Berikut ini ada beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Merupakan pengamatan dan pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur tingkah laku, kejadian, gejala ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati. Observasi ini dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.²⁰ Observasi yang dilakukan oleh penyusun yaitu dengan melakukan secara langsung terhadap kegiatan *Account Officer marketing* atau pemasaran seperti Eko Andriyanto (*Unit Head*), Guntur Iwanto, Aji Setya Priyadi, Hendro Setiawan, Viktor Indra sebagai *marketing mikro*.

b. Wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan.dengan kata lain wawancara dilakukan dengan bertatap muka secara langsung antara

²⁰ Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.37.

orang yang bersangkutan.²¹ Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap guna keperluan data-data penelitian untuk penulisan Tugas Akhir, penyusun melakukan wawancara dengan staf dan karyawan BRI Syariah KCP Ajibarang seperti pimpinan cabang pembantu BRI Syariah KCP Ajibarang Bapak Wisnu Budi Setiawan, maupun pihak-pihak yang terkait di bidangnya baik bagian operasional maupun di bidang marketing.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data yang diperoleh dari data-data dari sumber penelitian, baik buku, dokumen maupun arsip dari tempat penelitian tersebut.²² Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen yang dimiliki oleh BRI Syariah KCP Ajibarang seperti arsip-arsip maupun dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penyusunan Tugas Akhir ini.

4) Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir adalah metode analisis *Deskriptif* yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta-fakta atau karakteristik bidang tertentu, baik berupa keadaan, permasalahan, sikap, pendapat, kondisi, prosedur atau sistem secara faktual dan cermat terhadap data yang dikumpulkan.²³

²¹Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm.134.

²²Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hlm.36.

²³Jusuf Soewardji, *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm.26.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang penyusun lakukan terhadap analisis adanya bauran pemasaran pada produk tabungan faedah pada BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, adalah bauran pemasaran yang sudah diterapkan di bank tersebut. seperti yang sudah diungkapkan oleh Hair Jr. (2000) berpendapat bahwa pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsep pemberian harga, promosi, dan pendistribusian produk, pelayanan, dan ide yang ditunjukkan untuk menciptakan kepuasan di antara perusahaan dan para pelanggannya.

Adapun Elemen bauran pemasaran untuk usaha jasa meliputi 7p yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*.

1. *Produk*, produk yang dihasilkan harus mempunyai ciri khas tersendiri dan mampu melakukan diversifikasi dan diferensiasi produk. Seperti produk tabungan faedah, dengan melakukan diversifikasi produk lainnya yaitu tabunganKu, tabungan impian, deposito, giro, pembiayaan dan produk jasa lainnya termasuk pada produk jasa lalu lintas pembayaran. Serta melakukan diferensiasi pada tabungan faedah

adalah dengan memberikan pelayanan fasilitas serba mudah dan murah.

2. *Price*, harga yang ditawarkan Seperti halnya penawaran harga dengan diskon ataupun penawaran bonus yang menggiurkan nasabah pada umumnya. Maka bank memberikan penawaran berupa bonus untuk tabungan faedah dan penawaran harga untuk fasilitas ATM, baik tarik tunai, cek saldo, transfer dan lain sebagainya seperti yang sudah tertera dalam brosur yang ada maka dapat menjadikan nasabah lebih tertarik untuk menabung di bank tersebut.
3. *Place*, tempat atau lokasi distribusi kantor BRI Syariah KCP Ajibarang yang strategis yaitu di dekat jalan raya pasar Ajibarang menjadikan kantor tersebut mendukung proses berjalannya transaksi dan mudah dijangkau.
4. *Promotion*, menjadi salah satu faktor pendukung kesuksesan perbankan syariah Periklanan seperti, spanduk, brosur, internet, iklan televisi atau radio maupun promosi secara langsung yang dilakukan oleh marketing dari bank tersebut.
5. *People*, merupakan aset utama dalam industri jasa, seperti penampilan, etika, tata bahasa, *body language*, dan cara berkomunikasi yang baik adalah kesan pencitraan yang ditunjukkan oleh bank tersebut.
6. *Process*, atau mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan. Baik dari sisi

marketingnya sampai proses pelayanan yang di sampaikan oleh *front office*.

7. *Physical evidence*, Cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah perbankan syariah yang baik akan memberikan sebuah testimoni positif kepada masyarakat umum untuk mengajak dan mengguakan produk lain dari perusahaan tersebut.

B. Saran

Saran yang di sampaikan oleh penyusun Tugas Ahir ini adalah perusahaan perlu penambahan karyawan untuk bagian marketing guna pencapaian target pasar yang diinginkan dapat melebihi tujuan yang diinginkan dan penambahan brosur yang kurang banyak dan kurang lengkap akan menjadi kekurangan dalam hal pemasaran. Saran ini ditujukan untuk perbaikan guna meningkatkan mutu atau kualitas dari perusahaan tersebut, semoga perusahaan tersebut bersedia dengan senang dan mempertimbangkannya.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Academia, Artikel *Bauran Pemasaran 7p*, Karya, (Online), (http://www.academia.edu/9050100/Bauran_Pemasaran_7P, diakses senin, 2 mei 2016).
- Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan Edisi Dua*, Jakarta: Rajawali Pers, 2004.
- Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Al Aziz, *Manajemen Investasi Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Brosur yang tersedia di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.
- Buchari Alma, Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer Edisi Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologi Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Dokumen BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.
- Een Fauziyah, 2015, *Implementasi bauran pemasaran pengrajin gamelan perspektif ekonomi islam (studi pada pengrajin Gamelan ibu Marliah di Pesayangan, Purbalingga)*, skripsi, IAIN Purwokerto.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto, 2016, *Panduan Penyusunan Tugas Akhir Program D III Manajemen Perbankan Syariah*, Purwokerto.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2015.
- Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Jusuf Soewardji, *Pengantar Metode Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- _____, *Pemasaran Bank (Edisi Revisi)*, Jakarta: kencana, 2008.
- Leonard L. Berry Dan James H. Donnelly, *Bank Marketing*, Jakarta: Zaiyan Putra, 1987.
- Lila Nur Hayati, 2015, *Strategi bauran pemasaran produk bank syariah mandiri tabungan investa cendekia pada bank syariah mandiri kantor cabang pembantu Purbalingga*, skripsi, IAIN Purwokerto.

- Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Miftahusurur, 2011, *Strategi Marketing Mix Perspektif Ekonomi Islam Studi Di Getuk Goreng Asli Haji Tohirin 2 Sokaraja Banyumas*, Skripsi, IAIN Purwokerto.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*, Yogyakarta: (UPP) AMPYKPN, 2005.
- _____, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Observasi Di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Rabu 20 Januari 2016
- Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- _____, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Rifkie Muhammad, *Bauran Pemasaran 7p*, makalah, (Online), (http://rifkiemuhammad.blogspot.co.id/2012/11/bauran-pemasaran-7p_8878.html), diakses Senin, 2 Mei 2016).
- Ririn Yanuar Ningsih, 2015, *Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan wadiah pada BPRS Bumi Artha Sampang, Cilacap, Jawa Tengah*, skripsi, IAIN Purwokerto.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Setyo Soedrajat, *Manajemen Pemasaran Jasa Bank*, Jakarta: Info Bank, 1995..
- Wawancara Dengan Aron Kuncoro Dan Muhammad Fatih, Account Officer BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.
- Wawancara dengan Eko Andriyanto dan Viktor Indra, marketing mikro dan didukung Dokumen Pembiayaan Mikro Account Officer Marketing BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.
- Wawancara Dengan Dyah Ayu Pusporini PGS BOS, Puji Astuti Customer Service, Eko Andriyanto Unit Head, Dan Aron Kuncoro Account Officer, Selasa 16 Februari 2016.
- Wawancara dengan Wisnu Budi Setiawan, pimpinan cabang pembantu dan didukung dengan Dokumen BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas, Tahun 2016.
- www.brisyariah.co.id (online), di akses pada 5 Maret 2016, pukul 20:10.

PEDOMAN WAWANCARA

DENGAN KARYAWAN BRI SYARIAH KCP AJIBARANG BANYUMAS

- A. Bagian kelembagaan pimpinan cabang pembantu Wisnu Budi Setiawan
1. Bagaimana sejarah dan kelembagaan PT.BRI Syariah?
 2. Struktur organisasi BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
- B. Bagian operasional Dyah Ayu Pusporini dan Puji astuti
1. Apa saja produk funding dan financing di BRI Syariah?
 2. Akad apa saja yang digunakan di BRI Syariah?
 3. Apa kelebihan produk tabungan faedah di BRI Syariah?
 4. Produk apakah yang sering diminati oleh nasabah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 5. Siapa saja Target pasar untuk tabungan faedah?
 6. Berapa jumlah nasabah funding dan financing di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 7. Berapa jumlah nasabah tabungan faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 8. Berapa jumlah dana dari tabungan faedah atau funding di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 9. Berapa bonus yang diberikan bank untuk nasabahnya?
- C. Bagian account officer marketing Eko Andriyanto, Viktor Indra, Aji Setya.P, Guntur Irwanto, Hendro, Aron kuncoro dan M. Fatih
1. Bagaimana strategi marketing yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 2. Bagaimana cara memasarkan sebuah produk pada calon nasabah baru (prospek)?
 3. Daerah mana saja yang menjadi sasaran pemasaran pembiayaan?
 4. Produk apa sajakah yang ditawarkan selain pembiayaan?
 5. Kendala apa yang ditemukan pada saat pick up di lapangan?
 6. Apa saja promosi yang digunakan di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas?
 7. Bagaimana cara marketer dalam menghadapi nasabah yang bermasalah?
- D. Nasabah tabungan faedah
1. Produk apa yang digunakan di BRI Syariah?

2. Mengapa memilih tabungan faedah dari sekian banyak produk yang ditawarkan?
3. Manfaat apa saja yang diperoleh dari fasilitas yang diberikan oleh bank?
4. Apakah anda ingin memiliki produk lain selain tabungan faedah ini? Mengapa?
5. Adakah Kritik dan saran untuk produk tabungan faedah ini?
6. Kesan dari pelayanan front office maupun fasilitas yang diberikan di kantor ini?
7. Keluhan apa yang pernah dirasakan oleh anda?
8. Masalah apa saja yang sering dihadapi oleh anda?
9. Apakah anda akan mengajak keluarga tetangga atau kerabat anda untuk menabung di bank BRI Syariah ini?
10. Apakah anda merasa puas dengan pelayanan maupun fasilitas yang disediakan di BRI Syariah ini?



**Transaksi
Mudah &
Murah**

PENGUMUMAN



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Nasabah BRISyariah yang kami hormati. Dalam rangka peningkatan pelayanan, efektif per tanggal 6 Mei 2015 Kami akan melakukan penyesuaian tarif layanan Tabungan Faedah BRISyariah iB yang berlaku untuk semua transaksi melalui e-channel BRISyariah (ATM, smsBRIS, mobileBRIS, internet banking BRIS).

Adapun perubahannya adalah sebagai berikut :

| Jenis Transaksi | Kebijakan Baru Biaya per transaksi |
|--|--|
| | Saldo sebelum transaksi sama dengan atau lebih dari Rp 500.000,-* |
| Transaksi di Mesin ATM Jaringan BRI | |
| <ul style="list-style-type: none">• Tarik Tunai• Cek Saldo• Transfer ke Rekening BRISyariah• Transfer ke Rekening Bank BRI• Transfer ke Jaringan ATM Prima• Transfer ke Jaringan ATM Bersama• Ganti PIN• Pembelian/Pembayaran | Rp 1.750,- Rp 1.250,- Rp 1.000,- Rp 2.500,- Rp 3.250,- Rp 3.250,- Rp 1.000,- Rp 1.000,- |
| Transaksi di Mesin ATM Jaringan Bersama | |
| <ul style="list-style-type: none">• Tarik Tunai• Cek Saldo• Transfer• Transaksi Gagal Karena Saldo Tidak Cukup• Salah PIN | Rp 3.750,- Rp 2.000,- Rp 3.250,- Rp 3.000,- GRATIS |
| Transaksi di Mesin ATM Jaringan Prima | |
| <ul style="list-style-type: none">• Tarik Tunai• Cek Saldo• Transfer• Transaksi Gagal Karena Saldo Tidak Cukup• Debit – Pembelian• Debit – Pembatalan• Debit – Penolakan• Salah PIN | Rp 3.750,- Rp 2.000,- Rp 3.250,- Rp 2.500,- Rp 2.000,- Rp 2.000,- Rp 1.000,- GRATIS |

Keterangan :

- Jika saldo sebelum transaksi kurang dari Rp 500.000,- maka akan dikenakan tarif normal
- Saldo minimum Tabungan : Rp 50.000,-
- Biaya administrasi jika saldo di bawah minimum : Rp 12.500,-/bulan

Terima kasih atas kepercayaan Anda kepada BRISyariah. Tingkatkan saldo Tabungan Faedah BRISyariah iB untuk menikmati fasilitas biaya transaksi murah di jaringan ATM manapun.

Untuk informasi lebih lanjut dapat menghubungi callBRIS 1500-789.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

BRISyariah terdaftar dan diawasi oleh

callBRIS 1500-789
www.brisyariah.co.id

@BRISyariah
BRI Syariah

Bersama Wujudkan Harapan Bersama



LAJIN & COLLABORATION

TABUNGAN FAËDAH
BRI Syariah iB

BIAYA TRANSAKSI MURAH

SETORAN AWAL RINGAN

GRATIS Biaya Administrasi Bulanan Tabungan & Kartu ATM *

SUBSIDI 50% Biaya Tarik Tunai, Cek Saldo, Transfer di Jaringan ATM **

SUBSIDI 50% Biaya Debit **

LAYANAN e-CHANNEL Canggih & Lengkap

TRANSAKSI Dapat dilakukan di Kantor Layanan Syariah Bank BRI

Berlaku mulai 6 Mei 2015:
 * Saldo minimum Tabungan Rp 50.000,-. Biaya administrasi jika saldo dibawah minimum Rp 12.500,-/bulan.
 ** Gratis biaya transaksi di jaringan ATM BRI Syariah.
 ** Subsidi 50% biaya transaksi di jaringan ATM Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima, dan Debit Prima berlaku untuk saldo sebelum transaksi > Rp 500.000,-
 • Jika saldo sebelum transaksi kurang dari Rp 500.000,- maka akan dikenakan tarif normal di jaringan ATM Bank BRI, ATM Bersama, ATM Prima dan Debit Prima.

BRI Syariah terdaftar dan diawasi oleh OK Otoritas Jasa Keuangan

callBRIS 1500-789
www.brisyariah.co.id

BRI Syariah
@BRISyariah

iB

FAËDAH
FASILITAS SERBA MUDAH
Tabungan BRI Syariah iB

- Saldo awal ringan Rp. 50.000,-
- Gratis Biaya Administrasi bulanan Tabungan
- Gratis Biaya Bulanan Kartu ATM
- Gratis Biaya Tarik Tunai di ATM BRI, Bersama dan Prima
- Gratis Biaya Cek Saldo di ATM BRI, Bersama dan Prima

callBRIS 500-789
www.brisyariah.co.id

Bersama wujudkan harapan bersama

iB





Untuk keterangan lebih lanjut hubungi:

call center 500-789
www.brisyariah.com.id

Tabungan Impian BRISyariah IB

Wujudkan Impian Dengan Terencana



Wujudkan Impian dengan terencana

Tabungan Impian BRISyariah IB adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bag hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian Anda dengan terencana.

Tabungan Impian BRISyariah IB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh rasa keadilan serta lebih banyak bunga pengalokasian dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi.

Keuntungan

- **SIKAP**, tabung dengan prinsip syariah.
- **RIKAZ**, asuransi awal ataupun asuransi rutin tahunan maksimum Rp 50.000.
- **PRAMATI**, Anda bisa perlu dibayar ke cabang untuk melakukan setoran rutin bulanan dengan adanya asuransi.
- **FLUIDAS**, Anda bebas memilih jangka waktu maupun tingkat asuransi sesuai nilai.
- **GRATIS**, biaya administrasi tabungan dan premi asuransi.
- **AMAN**, karena otomatis dilindungi asuransi jiwa.
- **MUDAH**, penyalangan asuransi otomatis tanpa memerlukan keaktifan.
- **KWANTIF**, bag hasil yang menarik.
- **RIWAYAT**, dengan layanan banktabung hingga dari BRISyariah dalam meningkatkan kebutuhan untuk mewujudkan impian.

Pelaku Impian Anda (misal: anak, gadai, ibnuh, pendidikan, dan sebagainya) terwujud dengan terencana.

Manfaat Asuransi

Serahkan Uang Duka
jika meninggal karena kecelakaan, maka jumlah-martabat asuransi yang diberikan

- 10 setoran rutin bulanan, maksimum Rp 25 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 1 - 3 tahun.
- 100 setoran rutin bulanan, maksimum Rp 50 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 4 - 10 tahun.
- 200 setoran rutin bulanan, maksimum Rp 100 juta, untuk tabungan yang dibuka dengan jangka waktu 11 - 20 tahun.

Bisa memilih lebih dari 1 rekening Tabungan Impian BRISyariah IB, total setoran yang dikala maksimum Rp 1 Miliar/Rekening.

Asuransi Dana Serahan-Bagi
jumlah martabat asuransi yang diberikan secara seimbang dengan akumulasi dana setoran rutin bulanan yang belum dibayarkan hingga jatuh tempo, maksimum Rp 750 juta/Rekening/jika

- Tahun 1 (keuntungan), jumlah martabat asuransi diberikan jika Rekening meninggal karena kecelakaan.
- Tahun 2 atau selanjutnya (keuntungan), jumlah martabat asuransi diberikan jika Rekening meninggal karena kecelakaan maupun tidak berkecelakaan.

Syarat pembukaan

| Rekening | Asuransi jiwa |
|-------------------------|-----------------------------------|
| Rekening | Keuntungan 100 yang masih berlaku |
| Setoran awal | min. Rp 50.000,- |
| Setoran rutin | min. Rp 50.000,- dan kelipatannya |
| Uraian saat pembukaan | min. 17 tahun, maks 60 tahun |
| Uraian saat jatuh tempo | maks. 60 tahun |

Wajib memiliki rekening Tabungan BRISyariah IB

Catatan:
Perhitungan asuransi pada Tabungan Impian BRISyariah IB merupakan angka estimasi. Untuk detail dan informasi lainnya, BRISyariah akan dibantu melakukan kunjungan atau prosedur melalui artikel atau brosur mengenai agas atau broker Rekening.



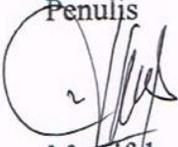
IAIN PURWOKERTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : MUSRIFAH
Tempat, tanggal lahir : Banyumas, 29 Agustus 1994
Nomor Induk Mahasiswa : 1323204037
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Semester/ Prodi : VI/ DIII Manajemen Perbankan Syariah
Jenis kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Jl. Blabursari 8/4 Pancasan Ajibarang Banyumas Jawa Tengah
No. Telephone : 085602123069
Status marital : Belum Menikah
Orang Tua
Nama Ayah : Achmad Mundaris (Alm)
Pekerjaan : Tani
Alamat : Jl. Blabursari 8/4 Pancasan Ajibarang Banyumas Jawa Tengah
Nama Ibu : Muniroh
Pekerjaan : Tani
Alamat : Jl. Blabursari 8/4 Pancasan Ajibarang Banyumas Jawa Tengah

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 14 Juni 2016

Penulis

Musrifah
NIM 1323204037