

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO  
DI BANK SYARI'AH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU  
BANJARNEGARA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
(FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu  
Syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya**

**Oleh :**

**MAHENDRO ARIFianto**

**NIM: 1323206006**

**IAIN PURWOKERTO**

**PROGRAM DIPLOMA III  
MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO**

2016

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR.....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	ix
DAFTAR ISI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
ABSTRAK .....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir .....	6
D. Metode Penulisan Tugas Akhir .....	7
1. Metode Penulisan .....	7
2. Sumber Data .....	7
3. Teknik Pengumpulan Data.....	8
E. Lokasi dan Waktu Penelitian Tugas Akhir .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	10

BAB II LANDASAN TEORI .....	12
A. Tinjauan Umum Pemasaran .....	12
1. Definisi Pemasaran .....	12
2. Unsur Pokok Strategi Pemasaran.....	13
3. Pengertian dan Konsep Pemasaran Bank.....	13
4. Segmentasi, Target dan <i>Positioning</i> .....	14
5. Komunikasi Pemasaran .....	16
6. Pengertian Usaha Mikro .....	17
B. Pembiayaan Murabahah .....	18
1. Pembiayaan <i>Murābahah</i> .....	18
2. Landasan Syariah dan Landasan Hukum.....	20
3. Jenis-Jenis <i>Murābahah</i> .....	21
4. Manfaat Pembiayaan Warung Mikro berlandaskan prinsip pembiayaan <i>murābahah</i> .....	22
C. Penelitian Terdahulu .....	22
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	24
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri KCP. Banjarnegara.....	24
2. Konsep Operasional.....	36
3. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara .....	36
4. Pemasaran warung mikro BSM KCP. Banjarnegara .....	46

B. PEMAPARAN DATA DAN ANALISIS .....	49
1. Analisis Strategi Pemasaran untuk mencapai target dana Pembiayaan Warung Mikro di Bank Syariah Mandiri KCP. Banjarnegara .....	49
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi Marketing Pada Produk Pembiayaan Warung Mikro BSM KCP. Banjarnegara.....	57
a. Faktor pendukung pelaksanaan strategi marketing pada produk Pembiayaan Warung Mikro BSM KCP. Banjarnegara. ....	57
b. Faktor penghambat pelaksanaan strategi marketing pada produk pembiayaan warung mikro BSM KCP.Banjarnegara.	58
BAB IV PENUTUP .....	61
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

# STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PEMBANTU BANJARNEGARA

Mahendro Arifianto

NIM. 1323206006

Email: mahendro13@yahoo.com

Program DIII Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

## ABSTRAK

Pembiayaan warung mikro merupakan produk penyaluran dana yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara. Dalam proses memasarkan pembiayaan warung mikro tidak selalu berjalan lancar, serta terdapat target pembiayaan dana warung mikro yang harus disalurkan agar bank bisa mendapat keuntungan dari penyaluran pembiayaan. Oleh karenanya dibutuhkan strategi pemasaran agar dapat tercapai tujuan bank dalam proses penyaluran pembiayaan.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pembiayaan warung mikro BSM KCP Banjarnegara. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Sedangkan metode dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di BSM KCP Banjarnegara. Strategi pemasaran dilakukan menggunakan promosi, *personal selling*, penjelasan seputar produk dan lain sebagainya. Dalam melaksanakan strategi pemasaran harus ada organisasi khusus untuk mengatasi strategi pemasaran yang terdiri dari AMM (Administrasi *Marketing* Mikro), PMM (Pelaksana *Marketing* Mikro), yang bertanggung jawab kepada KWM (Kepala Warung Mikro) dan KWM Bertanggung jawab kepada SBM (*Sub Branch Manager*). Sebagai pelaksana *marketing* mikro, PMM memiliki peran besar untuk melaksanakan strategi pemasaran, dan harus memiliki strategi yang cepat dan tepat dalam mengambil keputusan saat berada di lapangan.

**Kata Kunci: Strategi pemasaran, warung mikro, BSM KCP Banjarnegara**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG MASALAH

Bank syariah merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menegakkan aturan-aturan ekonomi Islam. Sebagai bagian dari sistem-ekonomi, lembaga tersebut merupakan keseluruhan dari sistem-sosial. Masyarakat sebagai pengguna bank syariah mengikuti aturan atau kebijakan yang sesuai dengan syariat islam yang diatur oleh bank Indonesia.<sup>1</sup>

Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas perbankan nasional telah menerapkan serangkaian kebijakan dalam rangka pembentukan lembaga perbankan syariah di indonesia. Berdasarkan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan, selain melalui pendirian bank umum syariah (BUS), layanan bank syariah dapat diberikan oleh bank umum konvensional melalui *Islamic window* dengan terlebih dahulu membentuk unit usaha syariah (UUS).<sup>2</sup>

Istilah prinsip syariah terdapat dalam pasal 1 angka 13 Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 Tentang Perbankan, yakni bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2009), hlm. 2.

<sup>2</sup> Abdul Ghofur Ansori, *Pembentukan Bank Sariah Melalui Akuisisi dan Konersi*, (Yogyakarta: UII Press, 2010), hlm. 2.

penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudhārabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*mushārahah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murābahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).<sup>3</sup>

Lembaga perbankan merupakan inti dari sistem keuangan dari setiap negara. Bank adalah lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi orang-orang perseorangan, badan-badan usaha milik negara, bahkan lembaga-lembaga pemerintahan yang menyimpan dana-dana yang dimilikinya. Melalui kegiatan perkreditan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian.<sup>4</sup>

Dengan semakin berkembangnya perekonomian suatu negara, semakin meningkat pula permintaan/kebutuhan pendanaan untuk membiayai proyek-proyek pembangunan. Namun, tidak hanya pembangunan saja melainkan pertumbuhan usaha kecil menengah turut mengalami kenaikan, karenanya pemerintah menggandeng dan mendorong pihak swasta untuk ikut

---

<sup>3</sup>Abdul Ghofur Ansori, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konersi*, hlm. 37-38.

<sup>4</sup>*Ibid* hlm 5.

berperan dalam membiayai pembangunan potensi ekonomi bangsa. Salah satunya dari pihak perbankan syariah yang juga dapat ikut berperan dalam pembiayaan proyek pembangunan negara.<sup>5</sup>

Kegiatan usaha kecil menengah dilakukan masyarakat guna melakukan peningkatan ekonomi masing-masing individu atau kelompok. Di Banjarnegara sendiri jumlah UKM (Usaha Kecil Menengah) tahun 2016 mencapai 26.667 unit usaha.<sup>6</sup> Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarnegara memiliki produk *financing* untuk memberikan pinjaman modal usaha dengan produknya yaitu pembiayaan warung mikro.

Pembiayaan dalam bank syariah memerlukan adanya pemasaran/*marketing* untuk menjual produk yang dimiliki guna memenuhi target yang akan dicapai sebagai cara untuk mendapatkan nasabah yang akan berdampak positif berupa keuntungan.

Seorang *marketing* sering disebut sebagai ujung tombaknya perusahaan, karena ia memang bertugas untuk memitigasi serta memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan. Pasar memang penuh dengan pergerakan yang serba sulit untuk ditebak. Namun seorang *marketing* yang handal diajak untuk bisa

---

<sup>5</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2005), hlm. 195.

<sup>6</sup>Radarbanyumas.co.id, 19 Juli 2016.

memahami setiap pergerakan pasar dengan tajam dan jitu. Artinya keputusan *marketing* diharapkan tepat sasaran baik secara jangka pendek dan panjang.<sup>7</sup>

Untuk pembiayaan warung mikro Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarmasin pada tahun 2013 target pembiayaan sebesar Rp6,7M. tercapai sebesar 95%. Target tahun 2014 sebesar 6,8M. tercapai sebanak 105%. Tahun 2015 target yang harus dicapai adalah Rp7M. dan memenuhi target tersebut yaitu lebih dari 90% atau sebesarRp6,4M. serta mengalami peningkatan target pembiayaan pada tahun 2016 ini yaitu menjadi sebesar Rp.9M.yang artinya mengalami peningkatan target sebesar Rp.2M.<sup>8</sup>

Pembiayaan warung mikro menggunakan akad *murābahah bil wakalah* dalam pembelian barang usaha yang akan diajukan oleh nasabah. Pembiayaan warung mikro dibagi menjadi tiga jenis yaitu 1). Pembiayaan warung mikro (PUM) Madya, 2). pembiayaan warung mikro Tunas, 3). Pembiayaan warung mikro Utama. Setiap jenis merupakan pembiayaan dengan limit yang berbeda-beda, nasabah bisa menggunakan pembiayaan sesuai dengan jenisnya menyesuaikan dengan kebutuhan usaha yang akan diajukan nasabah kepada bank.<sup>9</sup>

Pembiayaan warung mikro memiliki sasaran *market* yaitu usaha kecil menengah yang membutuhkan modal untuk mengembangkan usaha mereka.

---

<sup>7</sup> Fahmi Irham, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 71.

<sup>8</sup>Wawancara dengan Tri S. N.(PMM/pelaksana *marketing mikro*) . Rabu 8-06-2016, pukul 17.00.

<sup>9</sup> Wawancara dengan Dhana N. Kumalasari (*Admmministrasi Pembiayaan Mikro/APM*) , Kamis 28 Januari 2016.

Namun untuk memasarkannya dibutuhkan usaha dan strategi pemasaran yang baik. Oleh karena itu *marketing* pembiayaan warung mikro memerlukan strategi pemasaran yang jitu untuk memenuhi target yang dibuat oleh bank dan memasarkannya pada masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, menarik dibahas bagaimanakah penerapan strategi pemasaran pada produk pembiayaan warung mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara, telah sesuai dengan ketentuan syariah dan tujuan perusahaan, faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro. Dengan demikian melalui laporan penelitian tugas akhir ini, diambil judul **‘Strategi Pemasaran Pembiayaan Warung Mikro di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara’**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat diambil rumusan masalahnya, yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran untuk menarik nasabah agar menggunakan fasilitas pembiayaan warung mikro pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara?
2. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir**

1. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Penulisan laporan tugas akhir bertujuan untuk lebih memahami dan menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam memasarkan produk pembiayaan warung mikro kepada nasabah. Selain itu untuk menambah pengetahuan khususnya untuk diri sendiri dan juga untuk para pembaca pada umumnya.

## 2. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

- a. Bagi penulis, laporan tugas akhir ini digunakan untuk syarat memperoleh gelar Ahli Madya
- b. Bagi bank Syariah Mandiri, Laporan ini dapat dijadikan pertimbangan dalam meningkatkan jumlah nasabah khususnya pada produk pembiayaan warung mikro dan memperluas pasar bank syariah.
- c. Bagi IAIN Purwokerto, agar karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai referensi maupun tambahan informasi khususnya bagi mahasiswa IAIN Purwokerto.
- d. Bagi pihak lain, dapat dijadikan bahan bacaan dan literatur penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **D. Metode Penulisan Tugas Akhir**

### 1. Metode penulisan

Metode penulisan yang digunakan dalam penyusunan penulisan laporan tugas akhir adalah metode analisis *deskriptif*. Analisis *deskriptif* yaitu suatu metode yang digunakan terhadap data yang dikumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis.<sup>10</sup> Dalam hal ini disusun dan dijelaskan data yang telah didapat dari *observasi* di Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Banjarnegara, yang kemudian dianalisis.

## 2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini pada dasarnya diambil dengan dua cara :

### a. Sumber data primer

Sumber data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang bisa dilakukan peneliti.<sup>11</sup>

### b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder, yaitu data primer yang diperoleh oleh pihak lain atau data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pengumpul data primer atau oleh pihak lain.<sup>12</sup> Peneliti mengambil data sekunder dari para peneliti-peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian lebih

---

<sup>10</sup>Surakhmadi, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta : Aneka, 1999), hlm. 8

<sup>11</sup>Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 16.

<sup>12</sup>Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi.*, hlm. 16.

dahulu yang masih berhubungan dengan apa yang peneliti teliti saat ini.

### 3. Teknik pengumpulan data

Penulis dalam mengumpulkan data dilakukan dengan cara :

#### a. Metode Observasi

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis.<sup>13</sup> Disini penulis melakukan observasi langsung untuk mendapatkan data-data tentang strategi pemasaran untuk mencapai target nasabah pembiayaan warung mikro yaitu pada produk penyaluran danadi bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Banjarnegara dengan tujuan langsung kelokasi penelitian.

#### b. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden.<sup>14</sup> Hal ini penulis lakukan dalam memfokuskan hal-hal yang penting untuk ditanyakan serta memungkinkan mengembangkan pertanyaan dan perhatian kepada persoalan yang relevan berkaitan dengan pembiayaan warung mikro, mengenai target penyaluran dana dan strategi yang diterapkan BSM KCP

---

<sup>13</sup>Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta : Akademi Manajemen perusahaan KPN, 2003), hlm. 89.

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm. 92.

Banjarnegara. Hal ini perlu dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas dan menyeluruh mengenai obyek penelitian. Proses wawancara dilakukan dengan beberapa pihak dari bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Banjarnegara yang mengetahui permasalahan yang sedang diteliti. Penulis melakukan wawancara dengan :

- 1) Dhana N. Kumalasri (*Administrasi Pembiayaan Mikro*) tentang kegiatan bagian *marketing* dan administrasi pembiayaan mikro.
- 2) Andrian Wibisono (*Kepala Warung Mikro*) tentang praktik *marketing* pada produk pembiayaan warung mikro.
- 3) Tri Setio Adhi (*Pelaksana Marketing Mikro*) tentang strategi pemasaran yang digunakan pembiayaan warung mikro serta target dana.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, notulen, dan lain sebagainya.<sup>15</sup> Teknik ini digunakan untuk memperoleh data yang dilakukan pada saat penelitian dengan mencatat semua keterangan dari bahan-bahan, dokumen, dan catatan yang ada di

---

<sup>15</sup>Amirul Hadi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. 11, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hlm. 236.

bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Banjarnegara, terutama mengenai strategi pemasaran pembiayaan warung mikro di Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Banjarnegara.

## **E. Lokasi dan Waktu Penelitian Tugas Akhir**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian di Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu (KCP) Banjarnegara yang beralamatkan di JL.S.Parman No.31 Banjarnegara.

### **2. Waktu Penelitian**

Waktu pelaksanaan kegiatan penelitian dilakukan selama 1 bulan penuh atau 22 hari kerja. Dimulai pada tanggal 20 Januari 2016 hari Rabu dan berakhir pada tanggal 19 Februari 2016.

## **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini disusun dalam empat bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan merupakan uraian secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang dibahas, guna mempermudah dalam memahami dan melihat hubungan suatu bab dengan yang lainnya. Adapun uraian pada setiap bab adalah sebagai berikut :

**BAB I PENDAHULUAN** yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penulisan laporan tugas akhir, lokasi dan waktu penelitian laporan tugas akhir, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI** yang meliputi telaah pustaka dan penelitian terdahulu.

**BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN** yang membahas mengenai gambaran umum lokasi penelitian, serta tinjauan umum tentang strategi pemasaran. Pembahasan membahas mengenai strategi pemasaran pada pembiayaan warung mikro di BSM KCP. Banjarnegara, faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan strategi pemasaran di Bank Syari'ah Mandiri KCP. Banjarnegara.

**BAB IV PENUTUP** yang mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari pembahasan.

Pada bagian akhir laporan tugas akhir, penyusun cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung serta daftar riwayat hidup penyusun.

**IAIN PURWOKERTO**

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Strategi Pemasaran Pembiayaan Warung Mikro di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pembiayaan warung mikro merupakan produk yang terdapat dalam pembiayaan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara, yang menggunakan *akad murābahah bil wakalah*. Kegiatan pembiayaan warung mikro pada BSM KCP Banjarnegara menggunakan strategi pemasaran meliputi, strategi nasabah *existing* dengan menawarkan pembiayaan kembali pada nasabah yang sudah memiliki pembiayaan, strategi *personal selling* dengan melakukan penawaran secara perorangan langsung ke tempat usaha yang menjadi sasaran *market*, strategi grebeg pasar (promosi) menggunakan stand sebagai alat promosinya, strategi pelayanan dengan melakukan pelayanan secara maksimal. Strategi ini digunakan BSM dalam mencapai target dana pembiayaan warung mikro yang mengalami peningkatan.
2. Faktor pendukung BSM KCP Banjarnegara diantaranya, yaitu prinsip pembiayaan warung mikro menggunakan prinsip syariah, kemudian

plafon pembiayaan mencapai Rp.200.000.000;, menggunakan pendekatan perseorangan yang relatif dekat dengan lokasi usaha segmen mikro yang menambah kemudahan nasabah mendapatkan informasi. Juga terdapat faktor penghambat diantaranya, persepsi masyarakat yang menganggap bank syariah tidak ada bedanya dengan bank konvensional dan lokasi Banjarnegara yang cukup luas sehingga tidak terjangkau keseluruhan wilayah secara maksimal.

#### **B. Saran**

1. Untuk Bank Mandiri Syariah KCP Banjarnegara, mengembangkan dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran pembiayaan untuk mencapai setiap target yang di berikan oleh pusat. Serta memaksimalkan kegiatan pemasaran yang sudah ada.
2. Untuk peneliti selanjutnya lebih aktif dalam mencari informasi yang dibutuhkan dengan mengikuti kegiatan dilapangan, sehingga mendapatkan informasi yang maksimal.

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Akyuwen, Wijaya, Suthapa, 2010, *Teori dan Praktek Keuangan Mikro Di Indonesia*, Yogyakarta: Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada.
- Aminudin Aziz Fathul, 2012, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Ansori Abdul Ghofur, 2010, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konersi*, Yogyakarta: UII Press.
- Asiyah Binti Nur, 2014, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Teras.
- Fahmi Irham, 2014, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta.
- Hadi Amirul, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, cet. 11, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Kartajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan.
- Kasmir, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana.
- Muhammad, 2005, *Manajeen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: EKONISIA.
- Muhammad, 2009, *Model-Model Akad di Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press.
- Siagian Dergibson dan Sugiarto, 2000, *Metode Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soeratno dan Lincoln Arsyad, 2003, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta : Akademi Manajemen eusahaan KPN.
- Surakhamdi, 1999, *Metode Penelitia Survey*, Jakarta : Aneka.
- Tjiptono Fandy, 2005, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andy Offset.
- Tjiptono Fandy, 2012, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi.