

**STRATEGI PEMASARAN
PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS iB
DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PURWOKERTO**



TUGAS AKHIR

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

IAIN PURWOKERTO

Oleh:
CATUR SUSMINAH
NIM. 1423204011

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2017**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Catur Susminah
NIM : 1423204011
Jenjang : Diploma III (D III)
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Managemen Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di
Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto

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

Purwokerto, 13 Juli 2017

Yang menyatakan,


CATUR SUSMINAH
NIM. 142320

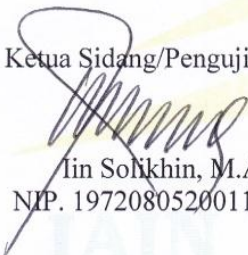
PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS iB DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PURWOKERTO

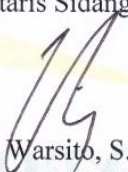
Yang disusun oleh Saudari Catur Susminah (NIM. 1423204011) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jum'at** tanggal **11 Agustus 2017** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam **Ilmu Perbankan Syariah** oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.

Ketua Sidang/Penguji




Lin Solikhin, M.Ag
NIP. 197208052001121002

Sekretaris Sidang/Penguji



Candra Warsito, S.TP., M.Si.
NIP. 197903232011011007

Pembimbing/Penguji



Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Purwokerto, Agustus 2017

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Fathul Amnudin Aziz, M.M.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
DI Purwokerto**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terkait penulisan Laporan Tugas Akhir dari Catur Susminah, NIM. 1423204011, yang berjudul:

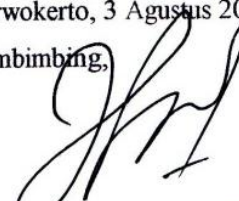
STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS iB di BANK SYARIAH KANTOR CABANG PURWOKERTO.

Saya berpendapat bahwa Tugas Akhir tersebut sudah dapat untuk diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 3 Agustus 2017

Pembimbing,



Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I
NIP. 198511122009122007



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

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp. : 0281-635624, 628250, Fax. : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Rekomendasi Ujian Tugas Akhir

Purwokerto, 12/07/2017...

Kepada
Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir dari mahasiswa/i :

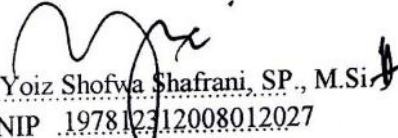
N a m a : Catur Susminah
N I M : 1423204011
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah / Management Perbankan Syariah (D3)
Semester : 6
Angkatan Tahun : 2014
Judul Tugas Akhir : strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas ib di bank syariah
mandiri kantor cabang purwokerto

Menerangkan bahwa Laporan Tugas Akhir mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan, setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan.


Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


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

Dosen Pembimbing


Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.
NIP 198511122009122007

MOTTO

“Life isn’t for being undividualist but to create togetherness”

(Catur Susminah)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* *rabbi'l'alamin*, penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Yang pertama dan utama adalah rasa syukur penulis terhadap Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Samingan dan Ibu Nasikom, yang senantiasa memberi dukungan moril maupun materil yang disertai dengan doa kepada-Nya.
3. Kakak penulis, Eko Indarto, Dwi Susanti, dan Trianingsih, yang telah memberikan dukungan, semangat, dorongan, dan doa sehingga penulis bisa mengerjakan tugas akhir hingga selesai.
4. Keluarga besar H. Ahmad Subarjo, terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan selama penulisan tugas akhir.
5. Ibu Nyai Dra. Hj. Nadhiroh Noeris beserta keluarga selaku pengasuh Pondok Pesantren Al-Hidayah Karangsucu Purwokerto.
6. Ustadz dan Ustadzah Pondok Pesantren Al-Hidayah Pondok Pesantren AL-Hidayah Karangsucu Purwokerto atas ilmu dan motivasi kepada peneliti.
7. Teman-teman D III MPS Angkatan 2014 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Kita masuk bareng semoga bisa wisuda bareng.

8. Para sahabatku tercinta dan tersayang Lutfah, Khulfah, Nita, Dyaur, Maudhi, Yuni, Vita, Rindi terima kasih sudah memberikan banyak dukungan.
9. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmahtullahi Wabarakaatuhu.

Alhamdulillahil'alamin, segala puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul ” Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto”. Tak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program D III Manajemen Perbankan Syariah.

Untuk melangkah 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 menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

3. H. Sochimin, Lc.,M.Si., selaku Ketua Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.
4. Yoiz Shofwa Shafrani, SP.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
5. H. Ahmad Faozan, Lc.,M.Ag. selaku Pembimbing Akademik Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah angkatan 2014.
6. Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Amin.
7. Agung Wibowo selaku Pimpinan Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri Purwokerto yang telah menyediakan tempat Penelitian bagi penulis.
8. Radityo, Agus Irianto dan Anggit Annas H selaku pembimbing lapangan yang telah memberikan ilmu dan bimbingan di dunia lapangan kerja khususnya bidang perbankan.
9. Segenap karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto yang selalu memberikan pengarahan selama penelitian.
10. Seluruh dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Sangat besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penulis buat dan dokumentasikan dalam bentuk karya tulis tugas akhir ini dapat bermanfaat menjadi khasanah ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu

saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca yang budiman untuk menuju proses kesempurnaan.

Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Amiin

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakatuhu.

Purwokerto, 08 Agustus 2017

Penyusun,



Catur Susminah

NIM.1423204011



IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Za	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘.....	koma terbalik keatas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	qaf	q	Ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	damah	U	U

Contoh: كَتَبَ -*kataba* يَذْهَبُ - *yazhabu*

فَعَلَ -*fa'ala* سُنِيَ - *su'ila*

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِي	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
ـِيُو	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh: كَيْفَ - *kaifa* هَوْلٌ - *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـِا	<i>fathah dan alif</i>	<i>Ā</i>	a dan garis di atas
ـِيِ	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>Ī</i>	i dan garis di atas

و	<i>ḍamah dan wawu</i>	Ū	u dan garis di atas
---	-----------------------	---	---------------------

Contoh:

قَالَ - *qāla*

قِيلَ - *qīla*

رَمَى - *ramā*

يَقُولُ - *yaqūlu*

4. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

contoh:

روضة الأطفال	<i>Rauḍah al-Aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda

syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbānā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - *al-rajulu*

القلم - *al-qalamu*

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	اكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	التوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله هو خير الرازيقین : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila waal-mīzan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول

Wa mā Muḥammadun illā rasūl.

ولقد راه بالافق المبين

Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
ABSTRAK	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	8

1. Metode Penulisan.....	8
2. Lokasi Penelitian.....	9
3. Waktu Penelitian.....	9
4. Teknik Penulisan Data.....	11
G. Sistematika penulisan	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran	15
1. Definisi Strategi Pemasaran	15
2. Konsep Pemasaran.....	18
3. Tujuan Strategi Pemasaran	22
4. Penerapan Strategi Pemasaran	24
5. Bauran Pemasaran	28
B. Pembiayaan Murabahah	31
1. Pengertian Pembiayaan Murabahah	31
2. Rukun Pembiayaan Murabahah.....	34
C. Penelitian Terdahulu.....	38

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian di Bank Syariah	
Mandiri Kantor Cabang Purwokerto	40
1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri.....	40
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri	43
3. Sistem Operasional dan Produk-Produk Bank	
Syariah Mandiri	46

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.....	50
B. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas BSM Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.....	60
1. Penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan cicil di BSM Cabang Purwokerto	60
2. Marketing mix.....	63
3. Bauran Strategi Pemasaran strategi promosi	66
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

2.1	Konsep Penjualan dengan Konsep Pemasaran	22
3.1	<i>Shared values</i> ETHIC& 10 perilaku utama Bank Syari'ah Mandiri	48
3.2	Tabel Pertumbuhan Produk Pembiayaan Cicil Emas	70



DAFTAR GAMBAR

2.1	Skema Pembiayaan Murabahah	36
3.1	Skema Proses pembiayaan Cicil Emas BSM	53
3.2	Struktur Organisasi BSM Cabang Purwokerto	58



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
2. Lampiran 2 Biodata Mahasiswa
3. Lampiran 3 Sertifikat-sertifikat
4. Lampiran 4 Brosur Produk-produk



STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS di BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PURWOKERTO

CATUR SUSMINAH

NIM : 1423204011

E-mail : catur.smnh@gmail.com.
Program D III Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Strategi Pemasaran adalah desain, implementasi, dan kontrol rencana untuk memengaruhi pertukaran demi mencapai tujuan organisasi. Strategi merupakan sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Maka dari itu, strategi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam tercapainya keberhasilan.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang digunakan pada produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto. Dirumuskan permasalahan : bagaimana Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto melakukan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dengan observasi, Wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa BSM menggunakan STP (*segmentation, targeting, positioning*) dan Marketing mix yang meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses pada produk pembiayaan cicil emas..

Setelah melakukan penerapan strategi pemasaran, BSM diharapkan lebih mengaktifkan tahap-tahap strategi pemasaran disemua line dengan melihat kondisi kekuatan dan kelemahan serta perubahan lingkungan, sehingga dapat mengetahui apakah strategi yang diterapkan tepat sasaran atau tidak. Dan lebih meningkatkan pengembangan kemampuan karyawan dalam meyakinkan masyarakat agar mempercayai industry perbankan syariah, sehingga perbankan syariah menjadi lebih baik karena bank merupakan bisnis jasa.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Cicil Emas, BSM KC Purwokerto.

**MARKETING STRATEGY OF GOLD BUDGETING PAY IN BANK
SYARIAH MANDIRI BRANCH OFFICE OF PURWOKERTO**

CATUR SUSMINAH

NIM : 1423204011

E-mail : catur.smnh@gmail.com.

D III Program of Syariah Banking Management

Economics and Islamic Business Faculty

State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Marketing Strategy is the design, implementation, and control of plans to influence exchange in order to achieve organizational goals. Strategy is the organizational means used to achieve its goals. Therefore, marketing strategy is needed in the achievement of success.

The preparation of this Final Project aims to find out how the Marketing Strategy used in Gold Budgeting Pay in Bank Syariah Mandiri Branch Office of Purwokerto. Formulated the problem: how Bank Syariah Mandiri Purwokerto Branch undertook Product Marketing Strategy of Gold Budgeting Pay. This research is a kind of field research (field research), which is a research by conducting observations about a phenomenon in a scientific state. While in collecting data with observation, Interview, and documentation.

The results of this study explain that BSM uses STP (segmentation, targeting, positioning) and Marketing mix which includes product strategy, price, place, promotion, people, physical evidence, and process on Gold Budgeting Pay.

After implementing the marketing strategy, BSM is expected to activate the phases of marketing strategy in all line by looking at the condition of strengths and weaknesses as well as changes in the environment, so as to know whether the strategy applied is right or not. And further enhance the development of employee's ability to convince the public to trust the syariah banking industry, so that syariah banking becomes better because the bank is a service business.

Keywords: Marketing Strategy, Gold Budgeting Pay, BSM KC Purwokerto.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, bank Islam dikenal dengan bank syariah. Yaitu lembaga keuangan (*financial enterprise*), perusahaan yang terdiri dari berbagai sumber daya ekonomi (*resources*) dan manajemen (*managerial skill*) dalam memproduksi barang dan jasa. Dengan kata Syari'ah berarti bank syariah sebagai lembaga keuangan yang menjalankan prinsip syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.¹

Hukum *normatif* berarti Landasan Hukum yang bersumber pada norma Islam yaitu al-Quran dan Hadist, serta Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) juga termasuk kategori normatif. Hukum positif berarti landasan hukum yang bersumber pada undang-undang tentang perbankan dan Peraturan Bank Indonesia (PBI). Hukum normatif secara umum dapat dirujuk oleh institusi perbankan syariah adalah sumber hukum islam yaitu al-Quran, hadist, dan fiqh, serta fatwa-fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Penetapan undang-undang No. 21 tahun 2008 pada tanggal 16 juli 2008 merupakan rangkaian kemajuan dalam sumber hukum positif berbasis syariah di Indonesia.²

¹ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 100-101.

² *Ibid.* , hlm. 91.

Pembiayaan (*Financing*) merupakan istilah yang dipergunakan dalam bank syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit (*Lending*). Adapun bentuk-bentuk pembiayaan perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, sebagai berikut:³

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, yaitu *Musyarakah* dan *Mudharabah*.
2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang), yaitu *murabahah*, *Salam* dan *Istishna'*.
3. Pembiayaan dengan prinsip sewa, yaitu *Ijarah* dan *Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik*.
4. Pinjaman *Qardh*

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan *produktif* (pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, seperti untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan maupun investasi) dan pembiayaan *konsumtif* (pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan).⁴

Kehidupan sehari-hari tidak lepas dari aktivitas untuk mempertukarkan sesuatu. Dari aktivitas pertukaran barang dan jasa itu diharapkan dapat dinikmati suatu manfaat yang lebih baik daripada sebelum mereka mengadakan pertukaran. Pemasaran telah memungkinkan kesemuanya itu berlangsung sebab, pemasaran

³ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP UMP YKPN, 2005), hlm. 22-25.

⁴ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm.160.

itu sendiri merupakan studi tentang proses pertukaran yaitu, bagaimana transaksi dimulai, dimotivasikan dan dikonsumsi.

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.⁵ Setiap fungsi manajemen memberikan *kontribusi* tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan *eksternal*, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan *eksternal*.

Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. *American Marketing Association* (AMA) Menawarkan definisi formal berikut : Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya⁶. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto adalah salah satu lembaga keuangan yang menyediakan pelayanan terhadap nasabahnya dalam bentuk produk *funding* (pendanaan) yang diperlukan nasabahnya untuk

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 3.

⁶ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 5.

menyimpan dana dan produk *lending* (pembiayaan) yang diperlukan bagi nasabah yang kekurangan dana. Dalam rangka memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memiliki emas melalui pembiayaan bank, dengan harga yang lebih murah di banding tempat pegadaian yang lain. Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto membantu nasabah untuk memiliki emas dalam bentuk lantakan atau batangan dengan menggunakan fasilitas pembiayaan dari bank. Emas lantakan pun bervariasi dengan berbagai model ukiran yang elegan dan menarik. Pembiayaan Cicil Emas iB Bsm (disingkat Cicil Emas BSM) adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah.⁷

Cicil emas merupakan salah satu investasi yang menguntungkan terutama untuk jangka panjang. Sekarang ini banyak pegadaian yang menyediakan layanan dan menjual produk cicil emas. Persainganpun semakin ketat di pasaran, harus ada strategi tersendiri agar mampu bersaing dipasaran. Strategi pemasaran memiliki kekuatan besar terhadap konsumen dan masyarakat secara luas. Untuk menciptakan organisasi pemasaran yang kuat, pemasaran harus berpikir seperti eksekutif di departemen lain, dan eksekutif di departemen-departemen lain harus berfikir seperti pemasar.⁸

Akibat ketatnya persaingan didunia perbankan syariah, maka akan berdampak pada pendapatan atau omset bank itu sendiri. Untuk itu suatu bank syariah dituntut memeluas *market sharer*-nya agar tidak kalah dengan bank lain. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi

⁷ Dokumen Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto: Standar Prosedur Operasional Tahun 2015.

⁸ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 11.

pemasaran menjadi suatu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha, sehingga tujuan dari usaha-usaha tersebut dapat tercapai. Pemasaran juga harus didukung oleh kerja sama yang baik dari setiap komponen perusahaan tersebut, begitu juga yang dilakukan oleh BSM KC Purwokerto.

Berdasarkan pengamatan dan wawancara dalam penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank syariah mandiri Kantor cabang purwokerto dalam meningkatkan daya saing produk Cicil Emas yaitu melalui *segmentasi, targeting, positioning* dan *marketing mix*. Dalam strategi marketing mix di BSM KC Purwokerto menonjolkan metode *publisitas* dimana metode tersebut merupakan sarana yang paling kuat dalam membangun merek. BSM melakukan strategi publisitasnya dengan presentasi ke komunitas atau menyelenggarakan seminar khusus. Selain itu, nasabah juga bisa meinvestasikan emas melalui website *Bsm.emas@Bsmemas.co.id* dimana nasabah bisa lebih mudah untuk mendapatkan emas dan mengetahui lebih jauh tentang Cicil Emas BSM. Keunggulan dari Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto

1. Lebih murah dari pada tempat pegadaian yang lain.
2. Nasabah dapat memiliki fasilitas buku tabungan/giro yang bisa dilakukan untuk transaksi pembiayaan cicil emas.
3. Emas berupa lantakan dengan berbagai bentuk ukiran yang antik dan elegant.
4. Semua emas yang dalam masa bertanggung disimpan di ruang khasanah dan diasuransikan.

5. Apabila nasabah melakukan percepatan pembiayaan setelah setahun, nasabah bisa mendapatkan discon tapi tidak boleh diperjanjikan di akad .
6. Emas yang sudah lunas bisa langsung digadaikan.

Pembiayaan produk Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto di bawah pengawasan BI dan OJK.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis menuangkan hasil penelitian Tugas Akhir ini dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN CICIL EMAS iB DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG PURWOKERTO”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya adalah Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penulisan tugas akhir yaitu penulis lebih memahami dan menambah pengetahuan tentang bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Kantor Cabang Purwokerto . Disamping itu juga untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. Serta dapat menambah pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan atau untuk pembaca pada umumnya. Sekaligus sebagai

tempat penelitian untuk membuat Laporan Tugas Akhir, sehingga penyusun dapat memamparkan secara mendetail bagaimana pelaksanaan praktek kerja dan penelitian yang dilakukan dan menyajikan dalam bentuk karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program D III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.⁹

D. Manfaat Penelitian

1. *Penulis*, untuk mempelajari dan memperoleh pemahaman tentang Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto. Selain itu guna memenuhi persyaratan akademis untuk menyelesaikan program D3 di IAIN Purwokerto. Serta meningkatkan ketrampilan dan kemampuan mahasiswa dalam menganalisa secara ilmiah.
2. *Perusahaan*, menjadi bahan masukan dan alat evaluasi dalam mengoptimalkan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Mandiri Syariah Purwokerto dalam mengambil langkah-langkah perbankan agar mengalami kemajuan dimasa mendatang.
3. *Pihak lain*, menjadikan bahan referensi dan tambahan informasi bagi mereka yang ingin mengetahui lebih banyak tentang Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Mandiri Syariah KC Purwokerto.¹⁰

⁹ Jurusan Syariah Stain Purwokerto, *Panduan Penyusunan Laporan Tugas Akhir D III MPS 2012*, (Purwokerto: Stain Press, 2012), hlm. 3.

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 26.

E. Definisi Operasional Variabel

Dari judul tugas akhir yang peneliti angkat, ada istilah-istilah yang mendapat penjelasan agar arah dan maksud penulisan tugas akhir ini menjadi jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami permasalahan yang dibahas, diantaranya.

1. Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran merupakan pernyataan (baik secara *implisit* maupun *explicit*) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya (Bannet, 1988). Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi.¹¹

2. Pembiayaan Cicil Emas BSM

Adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan akad murabahah.¹²

F. Metodologi Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah bagian mencari, mendapatkan data yang selanjutnya dilakukan penyusunan dalam bentuk laporan hasil penelitian. Supaya proses tersebut dapat berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukan adanya penelitian.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...* hlm.6.

¹² Dokumen Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto: Standar Prosedur Operasional Tahun 2015.

Metode penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field Research*) menurut Roice Singleton (1988: 308), penelitian lapangan berasal dari dua tradisi yang terkait yakni *antropologi* dan *sosiologi*, dimana *etnografi* merupakan studi *antropologi* dan *etnometodologi* merupakan studi *sosiologi*, karena dalam penelitian ini penyusun turun langsung ke tempat penelitian,¹³ dengan subyek penelitian Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Peneliti meneliti di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto, yang beralamat di Jl. Jend. Soedirman No. 433 Purwokerto .

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal Januari – Juli 2017.

3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.

Objek penelitian adalah Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber data oleh penyidik dengan tujuan tertentu. Data primer secara khusus dikumpulkan

¹³ www.academia.education.co.id diakses pada hari rabu, 21 juni 2017, pukul 06.00.

oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan, dan hasil pengujian. Manfaat utama dari data primer adalah bahwa unsur-unsur kebohongan tertutup terhadap sumber fenomena.¹⁴ Dalam hal ini diperoleh data dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto mengenai bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto .

b. Sumber Data Sekunder

yaitu merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip, baik yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Manfaat dari data sekunder adalah lebih meminimalkan biaya dan waktu, mengklasifikasikan permasalahan-permasalahan, menciptakan tolak ukur untuk mengevaluasi data primer, dan memenuhi kesenjangan-kesenjangan informasi.¹⁵ Data yang lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan orang-orang diluar dari peneliti, walaupun itu sesungguhnya data asli, yaitu berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB , seperti himpunan fatwa dewan syariah nasional, dan wawancara yang dapat mendukung dan menguatkan data peneliti.

¹⁴ *Accounting-media.blogspot.co.id*. diakses pada hari rabu, 21 juni 2017. Pukul 06.00.

¹⁵ *Accounting-media.blogspot.co.id*. diakses pada hari rabu, 21 juni 2017. Pukul 06.00.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam observasi, karena tujuan utama dalam observasi adalah mendapatkan data, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.¹⁶

a. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung atau tanpa alat terhadap gejala-gejala subyek yang diselediki baik pengamatan itu dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan dalam situasi buatan, yang khusus diadakan.¹⁷ Data yang dikumpulkan melalui observasi cenderung memiliki keandalan yang tinggi karena biasanya peneliti sendiri yang meneliti secara seksama setiap detail perilaku yang diobservasi sudah ditentukan sebelumnya.¹⁸ Digunakan untuk mendeskripsikan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto.

b. Metode Interview

Wawancara atau interview merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu.¹⁹

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif Kualitatif dan R&D.*(Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.137.

¹⁷ Burhan Ashof, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 26.

¹⁸ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Salemba, 2010), hlm. 132.

¹⁹ Burhan Ashof, *Metode Penelitian Hukum...* hlm. 95.

Wawancara menjadi metode pengumpulan data yang utama, sebagian besar data diperoleh dari wawancara.²⁰ Digunakan untuk mengetahui sepenuhnya yang berkaitan dengan penelitian ini dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.

c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategoris dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah dan lain-lain.

6. Teknik Analisa Data

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif analisis dimana mendeskripsikan tentang masalah yang ada kemudian menganalisisnya dan dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan. Dalam hal ini Nasution (1988) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian.”²¹ Analisis data menjadi pegangan penelitian. Metode ini penulis gunakan untuk mendeskripsikan data-data tentang Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto.

Metode deduktif adalah metode yang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum, dan bertitik tolak pada pengetahuan umum itu

²⁰ Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*...118.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 336.

digunakan untuk menilai kejadian khusus.²² Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto.

G. Sistematika Penulisan

Supaya lebih memudahkan pembaca dalam memahami Tugas Akhir ini, maka penulis menyusun secara sistematis mulai dari halaman judul sampai penutup serta kelengkapan lainnya. Secara garis besar Tugas Akhir ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir.

Bagian awal tugas akhir ini meliputi halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman pengesahan, halaman nota dinas pembimbing, halaman motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar table, dan daftar lampiran.

Bagian kedua yang memuat pokok-pokok permasalahan mulai dari bab I sampai bab IV.

Bab I merupakan landasan formatif penelitian, yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II telaah pustaka yang berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas di bank syariah mandiri kantor cabang purwokerto.

Bab III Hasil dan Pembahasan, hasil berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian yang meliputi sejarah singkat Bank Syariah Mandiri Kantor

²² Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 42.

Cabang Purwokerto, visi dan misi, status kelembagaan, struktur organisasi, serta sistem operasi dan produk-produk Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Purwokerto. Pembahasan berisi tentang strategi pemasaran produk pembiayaan cicil emas bank syariah mandiri Kantor cabang purwokerto.

Bab IV adalah penutup, dalam bab ini akan disajikan simpulan, saran, dan kata penutup.

Bagian akhir dari tugas akhir ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di KC Purwokerto, maka diperoleh kesimpulan bahwa strategi yang ada didalam Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto khususnya pada Produk Pembiayaan Cicil Emas. Strateginya adalah melalui *segmentasi, targeting, positioning, dan marketing mix*. Dimana, lebih menonjolkan pada metode *publisitas* yang masuk dalam cangkupan *marketing mix*.

Karena pada metode *publisitas* merupakan sarana paling kuat dalam membangun merek dan metode ini mampu meningkatkan perkembangan nasabah cicil emas. Dalam hal ini BSM melakukan presentasi ke komunitas atau menyelenggarakan seminar khusus yang dilaksanakan dalam waktu 4 bulan sekali yang pesertannya adalah darma wanita purwokerto, karyawan BMT, Dokter dan sebagainya.

Dengan adanya seminar ini sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan produk cicil emas sendiri. Seminar terakhir pada periode ini dilaksanakan 25 Maret 2017 di Hotel Aston. Dimana pada bulan maret 2017 hingga April 2017 kenaikannya sudah mencapai 1 miliar. Untuk menarik minat calon nasabah, BSM juga melakukan pemberian souvenir berupa jam dinding, payung dan lain-lain pada nasabah pada waktu sosialisasi mempresentasikan produk BSM Cicil Emas

Dalam *segmentasi* BSM lebih mengfokuskan wilayah kota purwokerto dan sekitarnya, dari segi yang menjadi sasaran adalah kelompok usia dewasa dan berpengasilan tetap. Dalam *Targeting* BSM menentukan siapa yang menjadi targetnya, yaitu kalangan menengah ke atas, serta bekerja dan berpenghasilan tetap. Dalam *Positioning* BSM Sebagai mitra bisnis yang aman dan masalah, memposisikan BSM sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat.

Kemudian dalam Marketing mix mencakup: Strategi produk, Strategi Harga, Tempat/ Saluran Distribusi (*place*), Promosi (*promotion*), BSM Cabang Purwokerto menerapkan bauran strategi promosi berupa:

1. Periklanan (*Advertising*).
2. Penjualan Pribadi (*Personal selling*)
3. Publisitas (*Publicity*)

Dan Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Proses (*process*).

B. Saran

Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan:

1. Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto sebaiknya menerapkan strategi pemasaran dengan lebih baik lagi, memunculkan strategi-strategi yang lebih unggul, agar dapat bersaing di pasaran. Sehingga mengoptimalkan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas iB.

2. BSM hendaknya memiliki marketing khusus yang dikhususkan hanya untuk menjual dan memasarkan produk pembiayaan cicil emas, supaya pertumbuhan nasabah bisa lebih maksimal.
3. Untuk lebih meningkat strategi pemasaran hendaknya BSM syariah lebih sering mengadakan stand di event-event yang ada di Purwokerto, untuk menambahkan jumlah nasabah pembiayaan cicil emas dan masyarakat bisa lebih mengetahui tentang Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto dan produk-produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ashofa, Burhan. 1998. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Dokumen Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto: Standar Prosedur Operasional Tahun 2015.
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Ke tajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2007. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2000. *Consumer behavior: Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wawancara dengan Anggit selaku pelaksana Gadai/Rahn di BSM KC Purwokerto, 2 Februari 2017.
- Wawancara dengan Bonny Patih Raja selaku TRA di BSM KC Purwokerto, 2 Februari 2017.
- Wawancara dengan Hana, Teguh, Rahmat selaku teller di BSM KC Purwokerto, pada 12 Januari 2017.
- Wawancara dengan Linda selaku bagian SFE di BSM KC Purwokerto, 19 Januari 2017
- Wawancara dengan Pipik Priakso selaku bagian RBO di BSM KC Purwokerto, 2 Februari 2017.
- Wiroso. 2005. *Jual Beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press.