

**STRATEGI MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PRODUK TABUNGAN iB INSANI
DI PT. BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**



TUGAS AKHIR

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

Oleh:
ANI NGAZIZAH
NIM. 1522203049

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLIERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Maksud dan Tujuan Tugas Akhir	7
C. Metode Penelitian	8
1. Jenis Penelitian	8
2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	8
3. Teknik Pengumpulan Data	8
4. Metode Analisis Data	10
5. Keabsahan Data	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teoritis	13
1. Pemasaran	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Fungsi-fungsi Pemasaran	14
c. Tujuan Pemasaran	15
d. Konsep-konsep Pemasaran	16

e. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2. Nasabah	19
3. Tabungan	19
B. Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	21
1. Sejarah BPRS Gunung Slamet Cilacap	21
2. Visi Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap	22
3. Konsep Operasional dan Produk-Produk BPRS Gunung Slamet Cilacap.....	23
4. Struktur Organisasi BPRS Gunung Slamet Cilacap	30
B. Pembahasan Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap.....	35
1. Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan iB Insani BPRS Gunung Slamet Cilacap.....	35
a. Strategi Produk	35
b. Strategi Harga	35
c. Strategi Lokasi	36
d. Strategi Promosi	36
2. Kendala-kendala Yang Dihadapi Dalam Memasarkan Produk Tabungan iB Insani	43
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau yang sering disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hdis Nabi SAW. dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam.¹

Bank adalah lembaga perantara keuangan atau biasa disebut *financial intermediary*. Artinya, lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktivitasnya berkaitan dengan masalah uang. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu dikaitkan dengan masalah uang yang merupakan alat pelancar terjadinya perdagangan yang utama. Kegiatan dan usaha bank akan selalu terkait dengan komoditas, antara lain:

1. Memindahkan uang
2. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran
3. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat berharga lainnya
4. Membeli dan menjual surat-surat berharga
5. Membeli dan menjual cek, surat wesel dan surat dagang
6. Memberi jaminan bank

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah. Dengan kata lain Bank Islam lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank islam. Bank Islam lahir di Indonesia, yang gencarnya,

¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm.1

pada sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil atau bank syariah. Keberadaan bank syariah semakin mapan setelah diundangkannya UU No. 21 Tahun 2010 tentang Perbankan Syariah.² Landasan pendukung perundang-undangan, juga terdapat peraturan lainnya seperti PBI (Peraturan Bank Indonesia), Peraturan Pemerintah (PP), serta peraturan lainnya seperti Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES).³

Saat ini perekonomian di Indonesia khususnya di perbankan berkembang begitu pesat, hal ini dibuktikan dengan adanya persaingan yang begitu ketat antar bank. Banyak produk yang ditawarkan oleh bank membuat nasabah bebas memilih bank yang diinginkan, oleh karena itu dibutuhkan kegiatan pemasaran yang bagus untuk menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu.

Pengakuan akan pentingnya marketing perbankan semakin meningkat semenjak dikeluarkannya beberapa paket kebijakan deregulasi perbankan oleh pemerintah. Ditambah pula semenjak tingkat suku bunga simpanan tidak dapat lagi menjadi “senjata” satu-satunya untuk menarik dana dari masyarakat. Sehingga sektor perbankan dituntut untuk berbuat halnya bank-bank diluar negeri, yaitu memberikan kepada nasabah berbagai macam peningkatan kualitas pelayanan, perluasan berbagai jenis jasa bank dan menciptakan serta menggunakan berbagai instrumen baru yang memungkinkan bank menggali dana dari masyarakat. Dalam kondisi saat ini, bank tidak bisa duduk menunggu datangnya nasabah, bahkan pada waktu sekarang bank harus terlibat dengan kegiatan nasabahnya dan mengikuti perkembangan usaha nasabahnya. Petugas bank harus mampu tidak hanya supervisi, tetapi juga ikut memecahkan masalah dari nasabah-nasabahnya.⁴

²Muhamad, *Manajemen Dana Bank...*, hlm.3

³Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teori, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 87

⁴Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 245

Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah agar tetap eksis.⁵

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler (2000:8) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain. Sementara itu, William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

⁵Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 59

mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.⁶ Untuk mendukung kegiatan pemasaran tersebut diperlukan adanya strategi. Strategi pemasaran adalah seleksi atas pasar sasaran, penentuan posisi bersaing, dan mengembangkan suatu marketing mix yang efektif untuk mencapai dan melayani nasabah-nasabah yang telah dipilih.⁷

Berikut ini beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran, antara lain:⁸

1. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pelanggan akan suatu produk atau jasa
2. Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa
3. Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggan
4. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba
5. Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing
6. Dalam rangka memperbesar kegiatan usaha

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, yang dalam pelaksanaan kegiatan usahanya dapat secara *konvensional* atau berdasarkan *prinsip syariah*. Bank Perkreditan Rakyat menerima simpanan hanya dalam bentuk deposit berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Pada mulanya tugas pokok BPR diarahkan untuk menunjang pertumbuhan dan modernisasi ekonomi pedesaan serta mengurangi praktek-praktek ijon dan para pelepas uang. Dengan semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat, tugas BPR tidak hanya ditujukan bagi masyarakat pedesaan, tetapi juga mencakup pemberian jasa perbankan bagi masyarakat golongan ekonomi lemah di daerah pedesaan.⁹

⁶Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), hlm. 39

⁷Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm.167

⁸Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 60

⁹Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*,(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm.

Pengembangan Bank Syariah tidak cukup hanya berlandaskan pada aspek-aspek legal dan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa atau konsumen lembaga perbankan. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Gunung Slamet Cilacap saat ini terjun dalam persaingan menjaring nasabah supaya ikut dalam produk-produk yang dipasarkan. Melalui produk-produk dan jasa bank yang dikeluarkan, BPRS Gunung Slamet Cilacap terus menjalankan usahanya lewat hubungan yang diberikan pihak bank kepada nasabahnya, sehingga dengan kualitas hubungan yang baik itu bisa menjadi titik tolak kemajuan perbankan. BPRS Gunung Slamet Cilacap adalah salah satu perbankan yang memiliki tingkat kepercayaan nasabah yang tinggi di daerah Cilacap.

Perusahaan perbankan akan mengalami kesulitan untuk berkembang jika perusahaan tersebut ditinggalkan oleh nasabahnya. Perusahaan perbankan harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produknya dan menjaring konsumen untuk menjadi nasabahnya baik dari perspektif produk, lokasi usaha, promosi, harga, sehingga perusahaan dapat menang dalam persaingan dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Sistem operasional BPRS Gunung Slamet Cilacap menggunakan sistem operasional perbankan yang menganut prinsip syariah.

BPRS Gunung Slamet Cilacap memiliki beberapa jenis tabungan, antara lain:¹⁰

1. Tabungan iB Insani, tabungan ini menggunakan prinsip *Wadi'ah* dengan setoran pertama untuk perorangan minimal Rp. 20.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,- sedangkan bagi lembaga atau organisasi setoran pertama minimal Rp. 100.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,-
2. Tabungan iB Pendidikan, tabungan ini menggunakan prinsip *Wadi'ah* yang ditujukan untuk siswa dan santri guna melatih keuangan secara cermat sejak dini. Setoran pertama minimal Rp. 10.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-

¹⁰Brosur BPRS Gunung Slamet Cilacap

3. Tabungan iB Haji dan Umroh, tabungan ini menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* yang ditujukan untuk umat Islam yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji dan umroh. Setoran pertama minimal Rp. 500.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 20.000,-
4. Tabungan iB Qurban, tabungan ini menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* yang ditujukan bagi umat Islam yang merencanakan Sunnah Nabi untuk berbagi dengan sesama melalui ibadah qurban. Setoran pertama minimal Rp. 100.000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 20.000,-

Tabel 1.
Rekap Jumlah Nasabah Tabungan di BPRS Gunung Slamet Cilacap
(Kantor Kas Gunung Simpang)

Jenis Tabungan	2014	2015	2016	2017
iB Insani	73	167	285	460
iB Pendidikan	36	68	100	143
iB Haji dan Umroh	5	5	5	3
iB Qurban	3	3	3	3

Sumber: Rekap Tabungan PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

Dari keempat tabungan tersebut, terdapat dua akad yaitu *Wadi'ah* dan *Mudharabah Mutlaqah*. Dimana *Wadi'ah* adalah akad penitipan dana dengan ketentuan penitip dana mengizinkan kepada bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkan tersebut dan bank wajib mengembalikan apabila penitip mengambil sewaktu-waktu dana tersebut. Sedangkan akad *Mudharabah* adalah akad yang digunakan dalam perjanjian antara pihak penanam dana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara dua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. *Mudharabah Mutlaqah* adalah akad *Mudharabah* dimana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada *mudharib* dalam pengelolaan investasinya.¹¹

¹¹Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Pres, 2011), hlm. 43

Tabel 2.
Rekap TabunganiB Insani BPRS Gunung Slamet Cilacap
(Kantor Kas Gunung Simping)

Tahun	Jumlah Nasabah	Presentase (%)
2014	73	7.41%
2015	167	16.95%
2016	285	28.93%
2017	460	46.70%

Sumber: *Data Sekunder Yang Diolah*

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa trend produk tabungan di BPRS Gunung Slamet Cilacap masih didominasi oleh produk tabungan iB Insani. Pada tabel 2 terlihat kenaikan jumlah nasabah tabungan iB Insani dari empat tahun terakhir mengalami kenaikan yang rata-rata hampir 100%, pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan iB Insani sebanyak 73 orang, pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan iB Insani sebanyak 167 orang, pada tahun 2016 jumlah nasabah tabungan iB Insani sebanyak 285 orang dan pada tahun 2017 jumlah nasabah tabungan iB Insani sebanyak 460 orang, yang menarik dari tabel diatas yaitu pada tahun 2014 ke tahun 2015 terjadi kenaikan jumlah nasabah dua kali lipat dari sebelumnya 73 orang menjadi 167 orang.

Dengan demikian, berdasarkan uraian tersebut penyusun tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“STRATEGI MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN iB INSANI DI PT. BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP”**

B. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Maksud dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui produk-produk tabungan di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Dalam hal ini penyusun membandingkan teori-teori yang didapat diperkuliahan dengan penerapannya pada lembaga keuangan perbankan syariah melalui observasi langsung di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah, serta untuk mengembangkan kemampuan penulis dalam menulis laporan hasil pelaksanaan praktek kerja yang sekaligus sebagai tempat

penelitian untuk membuat laporan Tugas Akhir, sehingga penulis dapat memaparkan secara mendetail bagaimana pelaksanaan praktek kerja dan penelitian yang dilakukan, dan menyajikannya dalam bentuk karya tulis ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Program D III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

C. Metodologi Penelitian

Suatu penelitian pada dasarnya adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah.¹² Supaya proses tersebut dapat berjalan lancar serta hasilnya dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, maka diperlukan adanya penelitian.

Metodologi penelitian ini terdiri dari:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan survei. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuisionner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya.

2. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Lokasi pelaksanaan penelitian ini bertempat di BPRS Gunung Slamet Cilacap yang beralamat di Jl. Dr. Wahidin No. 34 Cilacap. Waktu pelaksanaannya yaitu mulai tanggal 22 Januari sampai 22 Februari 2018.

3. 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 cara. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer, dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder

¹²Ahmad Tanzeah, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm.2

merupakan sumber yang tidak langsung memeberikan data kepada kumpulan data.

a. Teknik Observasi

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai sistem operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Observasi yang penulis lakukan disini yaitu dengan melakukan observasi aatau pengamatan secara langsung di BPRS Gunung Slamet Cilacap untuk mencari informasi mengenai Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani yang diterapkan di bank tersebut. Dari hasil pengamatan, diperoleh jumlah nasabah tabungan, setrategi pemasaran yang diterapkan dan peningkatan kualitas produknya.

b. Teknik Wawancara

Tehnik wawancara merupakan pengumpulan data dengan cara bertanya dengan responden. Dalam berwawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden. Dalam teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam tentang produk Funding di BPRS Gunung Slamet Cilacap khususnya mengenai informasi tentang Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap. Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap lagi terkait dengan data-data yang diperlukan untuk penulisan laporan tugas akhir tentang Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan *funding officer* BPRS Gunung Slamet Cilacap. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh kejelasan informasi tentang strategi pemasaran yang diterapkan di BPRS Gunung Slamet Cilacap,

peningkatan kualitas produk pada tabungan iB Insani, dan kendala yang dihadapi dalam proses pemasaran.

c. Teknik Dokumentasi

Teknik ini adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik ini bertujuan untuk mendapat informasi atau data yang dibutuhkan melalui buku, media masa, brosur, web dan lain-lain.

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari arsip-arsip BPRS Gunung Slamet Cilacap, dokumen-dokumen bank dan nasabah, formulir-formulir nasabah tabungan iB Insani, prosentase jumlah nasabah dan sebagainya. Selain dari dokumen-dokumen bank, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari buku, jurnal, browsing di internet dan lain sebagainya. Semua dokumen-dokumen tersebut berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan suatu tambahan referensi dalam penyusunan tugas akhir ini.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan tentunya dapat di informasikan kepada orang lain.

Teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis data kualitatif. Analisis kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis.¹³

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam metode periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabate, 2015), hlm. 244-245

melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.¹⁴

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara proses pengumpulan data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam kegiatan analisis kualitatif, yaitu:

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.¹⁵

Data yang diperoleh dari lapangan cukup banyak maka dari itu perlu diteliti dan dicatat lebih rinci. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

1) Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.¹⁶

2) Verifikasi (*Verification/Concluding Drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dalam verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, hlm. 246

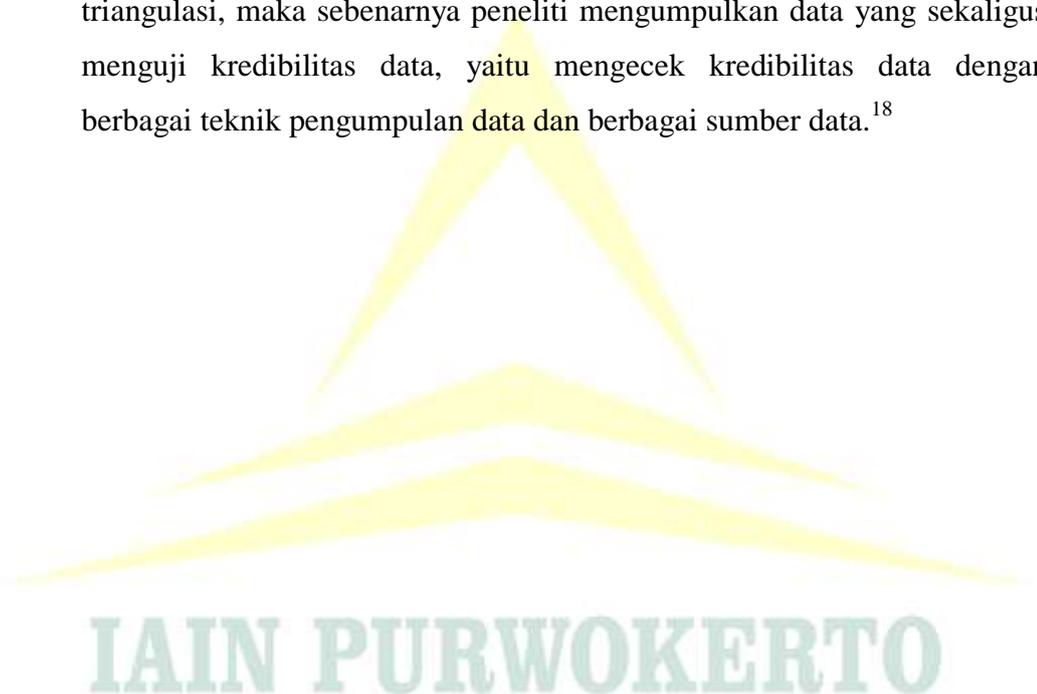
¹⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, hlm. 246

¹⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, hlm. 249

apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konnsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.¹⁷

5. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, penulis menggunakan teknik triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.¹⁸



IAIN PURWOKERTO

¹⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, hlm. 252

¹⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif ...*, hlm. 241

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi pemasaran dalam memasarkan semua produk tabungan sama, hanya saja dalam memasarkan produknya BPRS Gunung Slamet Cilacap lebih menekankan kepada tabungan iB Insani karena tabungan iB Insani merupakan tabungan untuk semua kalangan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap ada enam yaitu, strategi jemput bola, target *funding officer*, kekeluargaan, grebeg pasar, mendatangi perkumpulan organisasi dan pembebasan lokasi pemasaran bagi *funding officer*.

Dari keenam strategi tersebut, yang paling strategis dalam meningkatkan jumlah nasabah iB Insani adalah strategi grebeg pasar karena grebeg pasar dilakukan setiap dua bulan sekali dan maksimal tiga bulan, dalam sekali grebeg pasar pasti *funding officer* mendapat 20 nasabah baru. Kemudian yang kedua target *funding officer* karena untuk petugas *funding officer* setiap bulannya harus mendapatkan minimal 5 nasabah setiap bulannya dan untuk pegawai baru juga ditarget dalam satu bulan harus mendapatkan 50 nasabah baru. Ketiga strategi pembebasan lokasi pemasaran yang dilakukan oleh *funding officer* yang dilakukan di daerah-daerah yang menurut *funding officer* tersebut memiliki peluang besar untuk mendapatkan nasabah baru. Kemudian mendatangi perkumpulan organisasi seperti pengajian atau perkumpulan RT, dan untuk strategi jemput bola dan kekeluargaan tidak mempengaruhi jumlah nasabah. Strategi jemput bola dan strategi kekeluargaan paling strategis untuk penghimpunan dana dan membuat nasabah nyaman untuk tetap menabung di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

B. Saran

Saran dari penulis untuk BPRS Gunung Slamet Cilacap adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran harap tidak terfokus pada tabungan iB Insani saja tetapi untuk semua jenis tabungan yang ada di BPRS Gunung Slamet Cilacap..
2. Pertahankan dan tingkatkan sistem syariah BPRS Gunung Slamet Cilacap



DAFTAR PUSTAKA

Atikasari, L. 2017. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk Tabungan BSM KC Ajibarang*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Brosur BPRS Gunung Slamet Cilacap

Chasanah, S.A. 2015. *Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN Persero Rayon Purbalingga*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Dahlan, A. 2012. *Bank Syariah Teori, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.

Danupranata, G. 2015. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.

Dokumen BPRS Gunung Slamet Cilacap

Falakh, W.N. 2017. *Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Purwokerto Banyumasa*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PR. Bumi Aksara

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

Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

Kurniawan, F.A. 2017. *Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan MikroBRI Syariah KC Cirebon*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Maesyaroh, D. 2016. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Muhammad. 2000. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press

-----, 2011. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press

-----, 2004. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia.

-----, 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers

Rahmawati, F.U. 2017. *Strategi Pemasaran Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Purbalingga*. Purwokerto: IAIN Purwokerto

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset

Sugiono.2015.*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabate.

Sumarni,M. 2000. *Manajemen Pemasaran Bank*.Yogyakarta: Liberty.

Tanzeh, A. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi>

<http://pengertiannasabah.blogspot.co.id/?m=1>

<http://politeknikpajajaran.ac.id/bank-dan-nasabah>

<http://www.kabarukm/com/strategi-jemput-bola-meningkatkan-penjualan.html>

<http://edwinpatimoeraya.blogspot.com/2011/12/asas-asas-koperasi.html>

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Tabungan>



IAIN PURWOKERTO