

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIGUN DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN MINAT MENABUNG  
MASYARAKAT DI BMT DINAR RAHMAT INSANI  
MUAMALAT KCP MARGASARI, TEGAL**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

Oleh:  
Abu Naim  
NIM. 15222303001

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abu Naim  
NIM : 1522203001  
Jenjang : Diploma (III)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi/Semester : D III Manajemen Perbankan Syariah (MPS)/VII  
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Dalam  
Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di BMT DRI Muamalat KCP  
Margasari Tegal

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

Purwokerto, 14 Januari 2019



Abu Naim  
NIM.1522203001



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

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

**PENGESAHAN**

Tugas Akhir berjudul

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIGUN DALAM  
UPAYA MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BMT DRI  
MUAMALAT KCP MARGASARI KABUPATEN TEGAL**

Yang disusun oleh Saudara **Abu Naim (NIM. 1522203001)** Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin**, tanggal **14 Januari 2019** Ahli Madya (A.Md.) dalam Ilmu Manajemen Perbankan Syariah oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP. 197412172003121006

Sekretaris Sidang/Penguji

Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.  
NIP. 197903232011011007

Pembimbing/Penguji

Drs. Atabik, M.Ag.  
NIP. 196512051993031004

Purwokerto, Januari 2019

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



Dr. H. Fathul Anshudin Aziz, M.M.  
NIP. 1964031994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Di purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan Tugas Akhir dari Abu Naim, NIM 1522203001 yang berjudul:

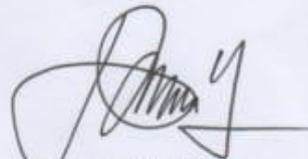
**Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal**

Saya berpendapat bahwa Tugas Akhir tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Purwokerto, 14 Januari 2019

Pembimbing



Drs. Atabik, M.Ag.

NIP. 196512051993031004

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucap *alhamdulillahirabbil'alamin*, karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam. Berkat engkau hamba dapat menyelesaikan tugas hamba sebagai seorang anak yang diamanatkan untuk mencari ilmu di jalanmu dan seorang mahasiswa yang tak enggan untuk berproses baik di dunia akademik maupun non-akademik.
2. Kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, yang selalu memberi syafa'at dalam perjuangan kami sebagai umat.
3. Kedua orang tau tercinta, Bapak Amin Nasir dan Ibu Qoidah. Beribu untaian maaf dan terimakasih telah merawat, selalu mendukung, mendoakan, memberi cinta, kasih sayang dan motivasi serta nasihatnya yang menjadi jembatan perjalanan hidup karena tiada kata seindah lantunan do'a yang terucap dari orang tua.
4. Keluarga besar lainnya atas segala dukungan dan semangat yang diberikan selama penulisan Laporan Tugas Akhir.
5. Terkhusus untuk sahabat dan teman seperjuangan penulis, terimakasih atas support, motivasi, dan kebersamaan selama ini dalam suka maupun duka serta kehangatan dan persahabatan yang indah, semoga tak akan pernah terlupakan.
6. Seseorang yang penulis sayangi Ifadatunasiroh, terimakasih untuk semangat, motivasi, perhatian dan pengertiannya.

7. Bapak dan Ibu Dosen terkhusus untuk Bapak Atabik, M.Ag yang selama ini telah dengan sabar, tulus ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun dan membimbing penulis.
8. Imam Shofa S.pd.i dan Iroh Nadhiroh selaku masku dan mbaku yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan ilmu yang berarti.
9. Untuk keluarga besar TPQ Raudhotul Jannah terkhusus untuk ustadz-ustadzah dan seluruh santriwan dan santriwati yang telah mendoakan, memberi semangat, dan motivasi kepada penulis.
10. Untuk sahabat-sahabatku di kontrakan ( Budi, Tofiq, Farid, Irfan dan Yaser) yang selalu memberikan semangat dan doa, terimakasih atas kebersamaan dalam suka maupun duka.

**MOTO**

خَيْرُكُمْ مَنْ تَعَلَّمَ الْقُرْآنَ وَعَلَّمَهُ

“Sebaik-baik kamu adalah yang belajar Al Qur'an dan mengajarkannya”

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIGUN DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BMT DRI  
MUAMALAT KCP MARGASARI TEGAL**

Abu Naim

Email : [Abueasykiya@gmail.com](mailto:Abueasykiya@gmail.com)

Program Study Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

BMT DRI Muamalat Margasari melakukan strategi pemasaran guna meningkatkan jumlah nasabahnya. Strategi yang digunakan dengan cara melakukan kegiatan promosi dengan media maupun secara langsung, meliputi strategi harga, strategi promosi, strategi tempat, dan strategi produk. Strategi promosi dilakukan dengan periklanan, promosi penjualan, publisitas, karena dengan dilakukannya strategi pemasaran masyarakat akan lebih mengenal BMT DRI Muamalat Margasari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran tabungan SIGUN dalam upaya meningkatkan minat menabung masyarakat di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal. Bentuk penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh penelitian ini melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data tersebut dianalisis untuk dapat mendeskripsikan suatu situasi atau kondisi yang bersifat fakta. Penelitian ini dilakukan di BMT DRI Muamalat Margasari, Tegal.

Hasil penelitian ini yaitu, strategi pemasaran yang digunakan BMT DRI Muamalat Margasari adalah menggunakan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) dengan lebih dominan menggunakan cara jempot bola, cara tersebut membuat nasabah menjadi nyaman dan merasa dimudahkan dalam bertransaksi.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk SIGUN, BMT DRI Muamalat Margasari, Tegal.

**MARKETING STRATEGY OF SIGUN SAVING IN EFFORTS TO  
INCREASE THE INTEREST IN SOCIETY IN COMMUNITIES IN BMT  
DRI MUAMALAT KCP MARGASARI TEGAL**

**ABSTRACT**

BMT DRI Muamalat Margasari conducted a marketing strategy to increase the number of its customers. The strategy used by conducting promotional activities with the media and directly, includes pricing strategies, promotion strategies, place strategies, and product strategies. Promotional strategies are carried out with advertising, sales promotion, publicity, because by doing the marketing strategy the community will be more familiar with BMT DRI Muamalat Margasari.

This study aims to find out how the SIGUN saving interest in BMT DRI Muamalat Margasari Tegal. The form of this research is *field research* using qualitative approach. The data obtained by this study through the method of observation, interviews, and documentation. Then the data is analyzed to be able to describe a situation or condition that factual. This research was conducted at BMT DRI Muamalat Margasari Tegal.

The result of this study namely, the marketing strategy used by BMT DRI Muamalat is to use *Marketing Mix* with more dominant use of ball picking methods, this method makes customers comfortable and feels facilitated in transaction.

**Keyword** : Marketing Mix, SIGUN Products, BMT DRI Muamalat Margasari  
Tegal

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/ 1987 dan Nomor: 0543b/U/ 1987.

### Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	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 di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	,	Apostrof
ي	ya'	y'	Ye

### Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

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

### *Ta' Marbūṭah* di akhir kata Bila dimatikan tulis *h*

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

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

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta' marbūṭah* hidup atau dengan *ḥarakat*, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

### Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

### Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	Ā
	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
	كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4.	Ḍammah + wa>wu mati	Ditulis	Ū
	فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

### Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

### Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لأنشكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### Kata Sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

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

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Z/awī al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmannirrahiim*

*Alhamdulillah*, Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu dan telah berhasil menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “*Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal*” tanpa suatu halangan apapun.

Shalawat dan salam semoga tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW, 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.

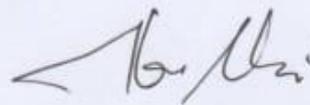
Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penyusun banyak mendapat saran, dorongan, bimbingan, serta keterangan-keterangan Dari berbagai pihak yang merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membukakan mata penyusun bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penyusun. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati perkenankanlah mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. A Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Yois Shofwa Shafrani, SP., M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. H. Sochimim, Lc.,M.Si., Ketua Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.
5. Drs. Atabik, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Amiin
6. Seluruh Dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan,
7. Bapak Zainuddin selaku Kepala Cabang BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal yang telah menyediakan tempat untuk laporan tugas akhir bagi penulis.
8. Segenap karyawan BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal yang selalu memberikan pengarahan selama penelitian laporan tugas akhir.
9. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Amin Nasir dan Ibu Qoidah terima kasih atas doa yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi. Serta kepada Kakak dan seluruh keluarga besar penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

Secara khusus terima kasih yang tak terhingga kepada semua temen-temen D III MPS yang telah memberikan semangat, dukungan, saran dan masukannya atas terselesainya Laporan Tugas Akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi penyusun sendiri dan bagi pembaca sekalian serta mampu meningkatkan mutu dan efektifitas pembelajaran.

Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan pada penyusun selama ini, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amiin.

Purwokerto, 14 Januari 2019



Abu Naim  
NIM. 1522203001

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metode Penelitian.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	8

3. Teknik Pengumpulan Data.....	9
4. Teknik Analisis Data.....	10
F. Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Konsep Strategi Pemasaran.....	12
1. Definisi Strategi Pemasaran .....	12
2. Konsep Strategi Pemasaran.....	14
3. Tujuan Strategi Pemasaran.....	17
4. Proses Pemasaran .....	17
B. Macam-Macam Startegi Pemasaran.....	20
C. Bauran Pemasaran .....	21
D. Pengertian Minat .....	28
E. Pengertian Menabung.....	28
F. Penelitian Terdahulu .....	30
<b>BAB III    HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor	
Cabang Pembantu Margasari Tegal .....	32
1. Sejarah.....	32
2. Visi dan Misi BMT .....	33
3. Produk-produk BMT .....	33
4. Struktur Organisasi.....	35
5. Fungsi dan Tugas Bagian Tempat Badan Pengurus.....	36

B. Startegi Pemasaran Tabungan di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal .....	37
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Margasari Tegal .....	41
1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat .....	41
2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat .....	43
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. KESIMPULAN .....	45
B. SARAN .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Konsep Inti Pemasaran.....	16
Gambar 2 : Struktur Organisasi di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat ...	35

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Perolehan Nasabah Tabungan Simpanan Berguna.....	5
--	---

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Slip Permohonan Biaya
- Lampiran 2 Slip Pernyataan Menjadi Anggota
- Lampiran 3 Slip Setoran Simpanan
- Lampiran 4 Slip Penarikan Simpanan
- Lampiran 5 Slip Pengeluaran
- Lampiran 6 Slip Setoran
- Lampiran 7 Brosur
- Lampiran 8 Blangko Bimbingan
- Lampiran 9 Sertifikat PKL
- Lampiran 10 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 11 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 12 Sertifikat Pengembangan Bahasa
- Lampiran 13 Surat Keterangan Observasi
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULAN

### A. Latar Belakang

Sudah cukup lama umat Islam Indonesia, demikian juga belahan dunia Islam lainnya, menginginkan perekonomian yang berbasis nilai-nilai dan prinsip syariah (*Islamic Economic System*) untuk dapat diterapkan dalam segala aspek kehidupan bisnis dan transaksi umat. Tingginya keinginan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam lembaga keuangan syariah semakin prospektif lembaga keuangan syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kebersamaan yang sesuai dengan syariah.<sup>1</sup>

Lembaga keuangan berbasis syariah yang pertama kali beroperasi di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pendirian Bank Muamalat ini di ikuti oleh pendirian bank-bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Namun karena lembaga ini masih dirasakan kurang mencukupi dan belum sanggup menjangkau masyarakat Islam lapisan bawah, lembaga-lembaga simpan pinjam yang disebut sebagai Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dibentuk. Bank Islam selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah Bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bisa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan / perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi Saw. Atau 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.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm. 47

<sup>2</sup>Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, hlm. 33

Dengan berkembangnya perbankan Syariah di Indonesia, mendorong perkembangan lembaga keuangan syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan juga lembaga keuangan mikro syariah yang sering disebut *Baitul Maal wat Tamwil (BMT)*. Baitul Maal wat Tamwil adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *baitul- maal wa al- tamwil* dengan kegiatan ekonomi pengusaha kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang kegiatan ekonominya. Selain itu *Baitul Maal wat Tamwil* juga bisa menerapkan titipan zakat, infaq, dan sedekah, serta penyaluran sesuai dengan perturan dan amanatnya.

BMT memiliki tujuan awal untuk mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan pengusaha kecil bawah dan kecil dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan ekonomi. Sebagai Baitul Maal Tamwil, BMT merupakan lembaga keuangan syariah yang memiliki fungsi hampir sama dengan lembaga perbankan makro, yaitu melakukan upaya penghimpunan dan penyaluran dana. Namun BMT sebagai suatu badan usaha koperasi memiliki fungsi intermediasi yang khusus artinya penghimpunan dana dan penyaluran dana ini tidak mencakup keseluruhan masyarakat sebagaimana lembaga perbankan, tetapi hanya kepada anggota mereka saja. Tentunya sebagai Koperasi syariah BMT dijalankan dengan menggunakan prinsip syariah, inilah yang membedakan BMT dengan koperasi-koperasi yang lainnya.<sup>3</sup>

Pada masa sekarang Baitul Maal wat Tamwil (BMT) dikenal sebagai lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil sesuai dengan syariah Islam. Tujuan dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT) adalah untuk mengembangkan bisnis mikro dan usaha kecil dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. BMT merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berkonsentrasi pada kegiatan pemberdayaan usaha kecil yang tidak dapat

---

<sup>3</sup> Elfa Murdiana, “*Menggugus Payung Hukum Baitul Maal Wattamwil (BMT) Sebagai Koperasi Syariah Dalam Bingkai Ius Constituendum*”, Jurnal Penelitian, vol. 10, No. 2, Sekolah Tinggi Islam Negri Jurai Siwo Metro, 2016, hlm. 278-279

dijangkau oleh lembaga keuangan lainnya. Karena prosedur permintaan penambahan modal yang terlalu rumit dan jaminan usaha yang tidak dapat dipenuhi. Peran BMT dimasyarakat sebagai berikut: (1) sebagai motor penggerak ekonomi dan sosial masyarakat banyak, (2) ujung tombak pelaksanaan sistem ekonomi syariah, (3) penghubung antara kaum aghnia (kaya) dan kaum duafa (miskin), dan (4) sarana pendidikan informal untuk mewujudkan prinsip hidup yang barakah, absamu ‘amala dan salam melalui *spiritual communication* dengan dzikir qalbiyah ilahiyah.<sup>4</sup>

Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (rahmatan lil ‘alamin). Nilai-nilai keadilan dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara lembaga keuangan syariah dan nasabah. Kemanfaatan tercermin dari kontribusi maksimum lembaga keuangan syariah bagi pengembangan ekonomi nasional di samping aktivitas sosial yang diperankannya.<sup>5</sup> Selain memiliki landasan Syariah, BMT memiliki landasan filosofis. Karena BMT bukan bank syariah dan lebih berorientasi pada pemberdayaan, maka sudah tentu landasan filosofinya berbeda dengan bank. Landasan ini dimaksudkan untuk menjadi pedoman operasional, sehingga setiap penggunaan BMT (bukan bank) harus mengacu pada landasan filosofis. Landasan ini juga berfungsi untuk membedakan BMT dari entitas bisnis yang lain, baik Syariah maupun konvensional, juga sekaligus membedakan antara Lembaga Keuangan Syariah Bank bukan Bank dengan Bank Syariah.<sup>6</sup>

Perkembangan bisnis jasa lembaga keuangan syariah yang semakin berkembang, membuat persaingan dalam lembaga keuangan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya lembaga keuangan syariah yang berdiri di

---

<sup>4</sup> Kautsar Riza Salman, *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syariah*, Padang Akademi, 2012, hlm. 10

<sup>5</sup> Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009, hlm. 36

<sup>6</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*, Yogyakarta: UII Press, 2004, hlm. 125

Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam lembaga keuangan syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam lembaga keuangan syariah.

Konsep pemasaran di Bank / BMT sebenarnya tidak banyak berbeda dengan konsep pemasaran untuk sektor bisnis yang lain, seperti sektor industri manufaktur, sektor bisnis lain-lain. Perbankan merupakan salah satu jenis industri jasa, sehingga konsep pemasarannya lebih cenderung mengikuti konsep untuk produk jasa, yang membedakan perbankan dari industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan pemerintah yang membatasi penggunaan konsep-konsep pemasaran, mengingat industri perbankan merupakan industri yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat.

Promosi sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.<sup>7</sup> Dalam dunia bisnis ada ungkapan yang mengatakan suatu kegiatan promosi yang berhasil adalah kegiatan yang mampu naluri ingin memiliki sesuatu produk tertentu. Promosi adalah kebutuhan yang menimbulkan motif atau kekuatan pendorong terjadinya perilaku tertentu, promosi yang baik akan menciptakan minat dari konsumen untuk membeli dan menggunakan produk tersebut dalam hal ini adalah produk bank. Minat merupakan suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Sedangkan pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Dari hal tersebut BMT harus dapat membuat produk yang

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 292

dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota agar dapat meningkatkan minat anggota dalam menitipkan dana mereka di BMT.

BMT DRI Muamalat Margasari adalah salah satu lembaga keuangan syariah non bank, yang menyediakan pelayanan terhadap nasabahnya dalam bentuk produk *funding* (pendanaan) yang diperlukan nasabahnya untuk menyimpan dana, dan produk *landing* (pembiayaan) yang di perlukan bagi nasabah yang kekurangan dana.<sup>8</sup> Di BMT DRI Muamalat salah satu produk *funding* unggulannya adalah “Tabungan SIGUN”. Tabungan SIGUN adalah tabungan yang menggunakan akad wadiah. Keunggulan dari produk tabungan ini adalah simpanan anggota yang dapat di ambil setiap saat dan mendapatkan bonus bulanan (Bagi Hasil). Meskipun tabungan SIGUN adalah produk unggulan di BMT Dinar Rahmat Insani (DRI) Muamalat Margasari Tegal, namun peminat tabungan ini sangatlah minim. Dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel 1 Data Perolehan Nasabah Tabungan SIGUN Tahun BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari Tegal<sup>9</sup>**

No	Periode	Jumlah Nasabah	Saldo
1	2013	43	8.600.000
2	2014	87	23.100.000
3	2015	112	40.545.000
4	2016	124	64.350.000
5	2017	127	75.150.708

Dari data di atas dapat di lihat bahwa minat menabung masyarakat Di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat masih rendah, banyak masyarakat masih enggan dan ragu untuk menitipkan dana mereka di BMT. Dari tabel di atas menunjukkan perolehan nasabah pertahun masih rendah seperti diketahui di tahun 2017 hanya memperoleh nasabah sebanyak 127 nasabah.

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Zaenuddin selaku Kepala Cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari , pada tanggal 3 Oktober 2018

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Zaenuddin selaku Kepala Cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari, pada tanggal 14 September 2018

Dari masalah tersebut, maka diperlukan strategi promosi yang baik dan efektif untuk meningkatkan minat menabung masyarakat di BMT DRI Muamalat KCP Margasari, Tegal.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang ada di BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat KCP Margasari sebagai objek penelitian tugas akhir dengan judul “ *Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat di BMT DRI Muamalat KCP Margasari, Tegal*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal ?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran *tabungan SIGUN* dalam upaya meningkatkan minat menabung masyarakat di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal.

Serta untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi pemasaran di BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini penulis berharap akan adanya manfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Sebagai syarat untuk memenuhi tugas akhir dan ujian akhir program studi D III Manajemen Perbankan Syariah IAIN Purwokerto serta menambah pengetahuan dan pengalaman terkait Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Di BMT DRI Muamalat KCP Margasari, Tegal

2. Bagi BMT Dinar Rahmat Insani (DRI) Muamalat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau bahan evaluasi dalam upaya pengembangan strategi pemasaran yang lebih baik.

3. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

Laporan tugas akhir ini dapat digunakan untuk referensi dan pengetahuan bagi mahasiswa IAIN Purwokerto khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

4. Bagi Masyarakat

Sebagai referensi atau bacaan sehingga masyarakat dapat memperoleh wawasan pengetahuan yang lebih, khususnya tentang perbankan.

#### **E. Metode Penelitian Tugas Akhir**

Metode penelitian atau metode ilmiah adalah prosedur atau langkah-langkah dalam mendapatkan pengetahuan ilmiah atau ilmu. Jadi metode penelitian adalah cara sistematis untuk menyusun ilmu pengetahuan. Sedangkan teknik penelitian adalah cara untuk melaksanakan metode penelitian.<sup>10</sup> Dalam penulisan ini, penulis menggunakan beberapa metode penelitian supaya memperoleh data-data yang akurat, yaitu :

1. Jenis Penelitian

Metode penulisan yang digunakan dalam penelitian Tugas Akhir adalah metode deskriptif. Analisis ini terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah, keadaan atau suatu peristiwa sebagai mana adanya sehingga bersifat sekedar mengungkapkan fakta (*fact finding*). Hasil penelitian ditekankan pada memberikan gambaran secara *objektif* tentang keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Suryana, *Metodelogi Peneltian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* , (Univesitas Pendidikan Indonesia, 2010), hlm. 20

<sup>11</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, cet VIII, Yogyakarta: G.ajah Mada UnivesityPress, 1998, hlm. 31.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT DRI Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal yang beralamatkan di Jl. Raya Prupuk-Purwokerto (Sebelah Utara Stasiun Prupuk) Margasari Tegal. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2018 sampai dengan 11 Maret 2018.

## 3. Subjek dan Objek

Subjek penelitian ini adalah BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal. Objek penelitian adalah strategi pemasaran pada tabungan SIGUN dalam upaya meningkatkan minat menabung masyarakat.

## 4. Sumber Data

### a. Sumber Data Primer

Yaitu sumber data utama yang diperoleh langsung dari subjek / pelaku dengan sumber informasi yang dicari. Pengumpulan data berasal dari sumber primer berupa tanya jawab atau wawancara yang merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung.

### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah referensi pustaka, yaitu referensi yang memuat berbagai informasi tertulis dari data-data yang diperoleh dari BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal. Selain itu penulis juga menggunakan berbagai sumber pustaka berupa buku-buku, jurnal, artikel, atau informasi-informasi lain yang memiliki dengan judul yang diangkat penulis sebagai pendukung kelengkapan data.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: ROSDA, 2015), hlm. 31

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini penulis menggunakan beberapa metode, yaitu

### a. Teknik Wawancara

Teknik wawancara merupakan data dengan cara bertanya dengan responden. Dalam berwawancara terdapat proses interaksi antara pewawancara dengan responden. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui segala sesuatu yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan BMT DRI Muamalat KCP Margasari dalam upaya meningkatkan minat menabung masyarakat secara jelas dan akurat. Wawancara dilakukan dengan manajer KCP Margasari, Tegal.

### b. Teknik Observasi

Dalam observasi peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti merekam / mencatat aktivitas-aktivitas dalam lokasi penelitian mengenai Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN Dalam Upaya Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat BMT DRI Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal.<sup>13</sup>

### c. Teknik Dokumentasi

Metode ini adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis, berupa surat-surat, catatan, notulen, laporan rapat, agenda, dan lain-lain. Metode dokumentasi ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kegiatan yang ada di BMT DRI Muamalat KCP Margasari.

Adapun data yang diperoleh dari subjek penelitian ini adalah dengan meminta data langsung pada subjek untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan yang berhubungan dengan penelitian ini.

---

<sup>13</sup> John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*, (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2014), hlm. 267

## 6. Analisis Data

Dalam penulisan karya ilmiah ini penulis menggunakan metode analisis deskripsi. Analisis deskripsi bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data-data yang peneliti kumpulkan baik dari wawancara maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di BMT DRI Muamalat KCP Margasari.

Seteleh data terkumpul , selanjutnya penulis menganalisis data-data tersebut dengan menggunakan metode deskriptif analisis yaitu dengan memaparkan gambaran hasil dari pengumpulan data.

## F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan tugas akhir ini pada garis besarnya atas empat bab dan dari setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Untuk lebih jelasnya penulis paparkan sebagai berikut:

Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini, secara garis besar membaginya menjadi empat bab. Adapun sistematikanya sebgai berikut:

### I. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan proposal, manfaat penulisan proposal, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

### II. BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul tugas akhir.

III. BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi Gambaran Umum Tentang BMT Dinar Rahmat Insani Muamalat Kantor Cabang Pembantu Margasari Tegal. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan BMT DRI Muamalat KCP Margasari Tegal.

IV. BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian dan berisi saran-saran. Bagian akhir tugas akhir ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Pemasaran Tabungan SIGUN di BMT DRI Muamalat, dapat diambil kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran yang digunakan dalam memasarkan tabungan SIGUN yaitu : menggunakan (*Marketing Mix*) Bauran Pemasaran yaitu : a).Produk, (*Product*), b).Harga (*Price*), c).Tempat (*Place*), d).Promosi (*Promotion*).

Di BMT DRI Muamalat dalam pelaksanaan pemasaran produk SIGUN lebih dominan menggunakan cara jemput bola, jemput bola adalah salah satu pelayanan BMT yang membuat nasabah menjadi nyaman dan merasa dimudahkan dalam bertransaksi yaitu dengan adanya sistem jemput bola. Jemput bola merupakan pelayanan BMT untuk mengantar ataupun mengambil uang. Nasabah tidak perlu datang langsung ke BMT untuk melakukan transaksi setoran tabungan atau pembiayaan, karena petugas *funding officer* selalu siap dan bersedia untuk datang langsung kerumah nasabah. Sistem jemput bola dilakukan secara rutin oleh petugas, sehingga strategi jemput bola menjadi strategi yang efektif bagi BMT untuk tetap mempertahankan nasabah dan membuat nasabah menjadi loyal. Dari perspektif syariah, strategi jemput bola dilakukan dengan tujuan untuk menjain tali silaturahmi antar BMT dengan nasabah.

Berdasarkan penelitian tersebut penulis mengungkapkan bahwa proses pemasaran yang dilakukan BMT DRI Muamalat pada produk SIGUN lebih menonjolkan strategi jemput bola dibandingkan dengan menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Namun disini tidak menjadikan masalah, karena

hal itu untuk mempermudah dan juga menambah cara bank untuk memasarkan produk SIGUN.

2. Faktor-faktor yang mendorong kegiatan pemasaran di BMT DRI Muamalat, meliputi: melayani anggota dengan pelayanan prima, lokasi yang mudah dijangkau, masyarakat mulai tertarik pada BMT yang sistem operasionalnya berbasis syariah. Sedangkan faktor-faktor yang menghamabat kegiatan pemasaran di BMT DRI Muamalat adalah kurangnya kepercayaan masyarakat pada BMT DRI Muamalat, permodalan untuk kegiatan pemasaran masih minim, promosi produk di BMT DRI Muamalat masih belum maksimal, kurangnya SDM (Sumber Daya Manusia) yang kompeten, kurangnya pemahaman masyarakat tentang BMT, Banyaknya pesaing dari BMT dan lembaga keuangan lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari pembahasan sebelumnya, ada beberapa sasaran yang ingin penulis sampaikan dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. BMT DRI Muamalat lebih giat lagi dalam melakukan kegiatan promosi yang sudah ada, terutama promosi melalui *jemput bola*.
2. BMT DRI Muamalat hendaknya membuat produk-produk baru lagi yang lebih inovatif dan menarik, agar masyarakat lebih tertarik, serta dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.
3. Bagi karyawan agar meningkatkan pengetahuan dibidang syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Pius dan Danu Prasetya. 2009, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya : Arloka
- Al-Arif, Rianto Nur. 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2011, *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press
- Assauri, Sofjan. 2011, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Jakarta : Rajawali Pers
- Buchory, Herry Achmad dan Djasalim. 2006, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, Bandung : Linda Karya
- Creswell, W Jhon. 2014, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Danupranata, Gita. 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta : Salemba Empat
- Engel, Blackwell. 2004, *Consumer Behavior*, Yogyakarta : Dryden Press Chicago Andi
- Hasan, Ali. 2010, *Marketing Bank Syariah : Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia
- <http://www.bmtdrimuamalat.com/baitulmal> di akses pada tanggal 25 November 2018
- <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli> diakses pada tanggal 27 Desember 2018
- Kasmir. 2013, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_, 2006, *Kewirausahaan*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_, 2007, *Manajemen Perbankan*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_, 2004, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana
- Kurniasih, Syafiyatul Khusnaeni. 2017, *Strategi Pemasaran Tabungan Basirah Di BPRS Bina Amanah Satria Purwokert*, Purwokerto : IAIN Purwokerto

- Lestari, Dhinnar Dwi. 2016, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Ib Amanah di Bank Jateng Syariah*, Semarang : UIN Walisongo Semarang
- Maesaroh. 2016, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto*, Purwokerto : IAIN Purwokerto
- Muhammad. 2011, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN
- Moelong, J Lexy. 2015, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Najachah, Elysa. 2013, *Minat Menabung di Bank Mega Syariah Cabang Semarang*, Semarang UIN Semarang
- Nawawi , Hadari. 1998, *Metode Penelitian Bidang Sosial, Cet VII*, Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Ridwan, Muhammad. 2004, *Manajemen Baitul Maal Wattamwil*, Yogyakarta : UII Press
- Salman, Kautsar riza. 2012, *Akuntansi Perbankan Syariah Berbasis PSAK Syraiah*, Padang Akademik
- Sari, Atika Linda. 2017, *Startegi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk Tabungan BSM di BSM KC Ajibarang*
- Shinta, Agustina. 2011, *Manajemen Pemasaran*, Malang : UB Press
- Sholihin, Ismail. 2012, *Manajemen Strategik*, Jakarta : Erlangga
- Soemitra, Andi. 2009, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta : Kencana
- Somad, Rismi dan Donni Juni Priansa. 2014, *Manajemen Komunikasi*, Bandung : Alfabeta
- Sumarni, Murti. 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : LIBERTY YOGYAKARTA
- Suryana. 2010, *Metode Penelitian Model Praktis Kuantitatif dan Kualitatif*, Universitas Pendidikan Indonesia
- Tjiptono, Fandy. 1997, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset

Wawancara dengan Bapak Zaenuddin selaku Kepala Cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari, pada tanggal 3 Oktober 2018

Wawancara dengan Bapak Zaenuddin selaku Kepala Cabang BMT DRI Muamalat KCP Margasari, pada tanggal 14 September 2018

Yudhiarta, Chrisna Very. 2011, *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Bank Mega Syariah Cabang Sragen)*, Sragen : Universitas Muhammadiyah Surakarta