

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH DEPOSITO IB PADA PT. BPRS GUNUNG SLAMET KANTOR
CABANG AJIBARANG BANYUMAS**



TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya

Oleh :

HANY FUJI HASANAH

NIM. 1617203066

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	5
D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	5
E. Penegasan Istilah.....	6
F. Metode Penulisan Tugas Akhir.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	7
3. Waktu Penelitian	8

4. Teknik Pengumpulan Data.....	8
5. Metode Analisis Data.....	10

BAB II TELAAH PUSTAKA

A. Kajian Teori	
1. Strategi Pemasaran.....	13
a. Pengertian Strategi.....	13
b. Elemen Strategi	14
c. Unsur Utama.....	16
d. Tujuan Pemasaran Bank	18
2. Deposito iB.....	18
a. Pengertian.....	18
b. Skema.....	19
c. Tujuan dan Manfaat	19
d. Prosedur Pembukaan.....	20
e. Landasan Hukum	23
B. Penelitian Terdahulu.....	24

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT.BPRS Gunung Slamet	30
1. Sejarah PT.BPRS Gunung Slamet Cilacap.....	30
2. Logo PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.....	31
3. Visi dan Misi PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	32
4. Tujuan Berdirinya PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	32
5. Struktur Organisasi PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	32
6. Produk-produk PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	36

B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito iB Pada PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	43
1. Deposito iB pada PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	43
2. Strategi Pemasaran Deposito iB pada PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas	45

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan zaman bank sudah dikenal baik oleh masyarakat. Baik masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.¹

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Sedangkan di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana pada penyaluran dana saja, tetapi juga sangat berpengaruh sekali dalam pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.²

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau yang lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.³ Sesuai hukum perbankan bank di bedakan menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah lembaga keuangan yang menghimpun dan menyalurkan dana dalam bentuk kredit dan dihitung melalui suku bunga yang ada. Sedangkan bank syariah adalah lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan yang diperhitungkan oleh sistem bagi hasil.

Bank syariah juga memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2011), hlm, 29.

² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2011), hlm, 30.

³ *Ibid.*

kepada para nasabah. Operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan dana tidak boleh dicampuri dengan bunga. Bank syariah juga tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.⁴

Faktor- faktor yang mendorong bank islam adalah sebagai berikut:

1. Kecaman kaum neo-Revivalis terhadap bunga sebagai riba.
2. Kekayaan minyak negara teluk konservatif.
3. Pengadopsian interpretasi tradisional riba oleh sejumlah negara-negara muslim pada tingkat pembuat kenijakan.⁵

Pada saat itulah bank syariah muncul di Indonesia pada tahun 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992-1999 perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter di tahun 1998 para bankir melihat bahwa pada tahun itu hanya bank BMI saja yang tidak terlalu kena dampak krisis moneter.⁶ Dengan adanya hal tersebut seolah-olah meningkatkan minat para bankir ingin menginvestasikan uangnya demi kelancaran bisnis. Selain menguntungkan para nasabah bank syariah juga memiliki sistem berbagai aspek ajaran, yaitu mulai perosalan hak atau hukum (*the right*) sampai kepada urusan lembaga keuangan. Lembaga keuangan diadakan dalam rangka untuk mewadahi aktivitas konsumsi, simpanan dan investasi.

Bank syariah dalam menjalankan tugasnya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS) ,dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).⁷ Dari ketiga jenis tersebut memiliki tugas dalam kegiatan usaha yang berbeda-beda. Yang sama yaitu semua kegiatan dikaitkan dengan uang. Di bank syariah terdapat Dewan Pengawas Syariah yang tugasnya ialah mengawasi jalannya operasional perbankan di Indonesia supaya tidak ada penyimpangan atas

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2011), hlm, 31.

⁵ Saeed Abdullah, *Menyoal Bank Syariah Kritik dan Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis* (Jakarta : Paramadina, 2004), hlm, 6.

⁶ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2011), hlm, 31.

⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana PrenadaMedia Group, 2011), hlm, 33.

produk dan jasa bank syariah yang telah disahkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN).

Bank syariah juga memiliki fungsi meliputi:

1. Menghimpun dana dari masyarakat, dalam bank syariah menghimpun dana dari masyarakat melalui bentuk titipan dengan menggunakan akad wadiah dan dalam bentuk investasi menggunakan akad mudharabah.
2. Penyaluran dana kepada masyarakat, penyaluran yang dilakukan oleh pihak bank syariah kepada masyarakat yaitu dengan menggunakan berbagai macam akad, yang antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau akad kerjasama.
3. Pelayanan jasa bank, di samping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Hal tersebut diberikan demi memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya.⁸

Demi berjalannya ketiga fungsi bank syariah tersebut juga membutuhkan praktik kegiatan pemasaran. Keberadaan disiplin ilmu “pemasaran” merupakan bagian dari bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam islam sepanjang dalam prosesnya masih mematuhi peraturan dalam islam dan menjauhi larangannya.⁹ Realitas praktiknya menyesuaikan dengan waktu dan tempat dimana transaksi dilakukan. Islam tentunya sudah memberikan panduan-panduan yang sifatnya *principle*, untuk aturan yang sifatnya fleksibel serta berpegang teguh pada norma-norma agama Islam yang telah termaktub dalam Al-Qur’an dan sunnah.

Deposito, menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudhârabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antar nasabah penyimpan dan bank syariah.¹⁰

⁸ Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2011), hlm, 39.

⁹ Asnawi Nur, Asnan Fanani Muhammad, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer* (Depok: PT Rajagrafindo Pesada,2017), hlm, 20.

¹⁰ Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2011), hlm, 91.

Deposito memiliki berbagai macam jangka waktu antara lain: 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan ,24 bulan.¹¹ Bank akan memberikan imbalan bagi hasil kepada yang menepatkan dananya di bank sesuai dengan nisbah yang telah di janjikan. Pembayaran bagi hasil deposito berjangka dilakukan pada tanggal valuta, yaitu tanggal dimana deposito tersebut dibuka. Pembayaran deposito dapat dilakukan secara tunai, dipindahbukukan ke rekening lain yang dimiliki oleh nasabah seperti giro atau tabungan, atau dikirimkan ke bank lain atau menambah nominal deposito berjangka.¹²

Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB di PT. BPRS Gunung Slamet yang berada di wilayah Ajibarang kabupaten Banyumas, yang merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam lembaga keuangan. Dalam kegiatan operasionalnya PT. BPRS Gunung Slamet yang berada di wilayah Ajibarang kabupaten Banyumas dituntut untuk mampu melakukan pemasaran kepada nasabahnya agar para nasabah mengetahui tentang produk tersebut. Sebab dalam bisnis strategi pemasaran adalah hal yang wajib harus dimiliki karena itu adalah kunci dari sebuah kesuksesan dalam bisnis. Dengan terpenuhinya informasi dari pemasaran yang di erikan maka akan timbul baik bagi nasabah untuk berinvestasi.

PT. BPRS Gunung Slamet menerapkan strategi pemasaran produk pembiayaan dan penghimpunan dana yang diberikan kepada masyarakat baik nasabah maupun calon nasabah. Ada berbagai macam produk penghimpunan dana antara lain Tabungan iB Insani, Tabungan iB Pendidikan, Tabungan iB Haji dan Umroh, Tabungan iB Qurban, Deposito iB. Di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas produk penghimpunan dana khususnya produk deposito iB masih kurang diminati masyarakat umum khususnya kecamatan Ajibarang kabupaten Banyumas karena penghasilan mereka hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari sedangkan jumlah nominal deposito iB Rp 1.000.000,- untuk perorangan Rp 2.000.000,-

¹¹ Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2011), hlm, 92.

¹² Ismail, Perbankan Syariah (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group,2011), hlm, 93.

untuk badan hukum. Rata-rata produk yang banyak diminati adalah tabungan iB insani dan tabungan iB pendidikan karena produk tersebut memberikan kemudahan dalam menabung selain itu juga sangat memudahkan sekali bagi masyarakat dengan jumlah setoran awal Rp 20.000,- untuk setoran awal dan setoran selanjutnya Rp 10.000,- bagi perorangan, untuk lembaga/organisasi sendiri setoran awal Rp 100.000,- selanjutnya Rp 50.000,- sedangkan iB pendidikan dengan setoran awal Rp10.000,- selanjutnya sebesar Rp 5.000,-

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menarik untuk mengambil judul “ **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito iB Pada PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas**” mengingat pentingnya strategi pemasaran bagi masyarakat agar lebih mengenal produk tersebut dan menarik banyak minat masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah deposito iB pada PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas?

C. Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan pokok masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah deposito iB pada PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir

1. Penulis, untuk mempelajari dan memperoleh pemahaman secara teori maupun lapangan terhadap strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

2. Perusahaan, menjadi bahan masukan dan alat evaluasi dalam mengoptimalkan strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB yang diterapkan perusahaan untuk menjalankan strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB sesuai dengan SOP yang ada di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.
3. Pihak lain, menjadi bahan referensi dan tambahan informasi atas optimalnya strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

E. Definisi Operasional Variabel

Untuk lebih memahami gambaran dari judul penelitian ini, dan tidak menimbulkan kesalah pahaman judul maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

1. Strategi

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam strategi yang baik juga terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan, dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain. tujuan dari pemasran secara umum adalah untuk mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga tercipta

kesesuaian antara produk atau jasa yang diharapkan dengan yang dirasakan guna mencapai tujuan konsumen.¹³

3. Deposito iB

Merupakan investasi syariah yang menggunakan akad bagi hasil (Mudharabah) yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian anantara nasabah dengan bank.

Manfaat deposito :

- a. Aman karena diikut sertakan dalam program penjaminan simpanan.
- b. Dana dipergunakan untuk usaha yang halal.
- c. Membantu sektor usaha kecil menengah dengan berinvestasi secara syariah.
- d. Mendapatkan bagi hasil menarik dan kompetitif.¹⁴

F. Metode Penelitian Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (field research) yaitu menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini juga bisa dikatakan sebagai penelitian sosiologis yaitu suatu penelitian cermat yang dilakukan dengan jalan langsung terjun kelapangan.

2. Lokasi dan Waktu penelitian

a. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yaitu akan bertempat di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dimulai pada hari Senin 7 Januari 2019 sampai dengan 15 Feb 2019

¹³ Asnawi Nur, Fanani Asnan Muhammad, *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer* (Depok : PT Rajagrafindo Persada, 2017), hlm, 124.

¹⁴ Brosur PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ditambah dengan dua cara:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan obyek penelitian.¹⁵ Data tersebut didapatkan oleh peneliti dengan wawancara kepada AO dan karyawan di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas. Serta dengan melakukan observasi langsung operasionalnya.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu pengumpulan data primer terlebih dahulu. Jika data sekunder sudah tidak memadai barulah beralih ke data primer.¹⁶ Yang didapat dari peneliti adalah foto-foto hasil dari observasi kegiatan operasional PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam mengumpulkan data dapat dilakukan melalui beberapa cara sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Metode observasi adalah teknik pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seorang peneliti baik secara langsung atau tidak langsung terhadap obyek yang diteliti dengan menggunakan instrumen yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya. Dalam penelitian ini si penulis menggunakan metode penelitian secara langsung untuk memperoleh data-data implementasi.

Observasi yang penulis lakukan di sini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor

¹⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada), hlm. 103.

¹⁶ *Ibid.*

Cabang Ajibarang Banyumas lebih khususnya dibagian strategi pemasaran deposito iB sesuai dengan tema judul laporan tugas akhir yang penulis ambil.

b. Teknik wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis, wawancara dilakukan pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Dalam wawancara selalu ada dua pihak yang masing-masing mempunyai kedudukan yang berlainan. Pihak yang satu berkedudukan sebagai peminta informasi dan pihak lainnya sebagai pemberi informasi.

Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap lagi terkait dengan data-data yang kami perlukan untuk penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis melakukan wawancara secara langsung baik dengan pimpinan maupun dengan karyawan PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas atau pihak-pihak yang terkait di bidangnya masing-masing seperti dibagian operasional, marketing dan administrasi.

c. Angket/ Kuesioner

Selain itu penulis juga mengumpulkan informasi melalui survey terhadap nasabah dengan kuisisioner untuk mengetahui strategi pemasaran meningkatkan jumlah nasabah deposito iB PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas. Adapun jumlah nasabah adalah 100 orang, penulis menggunakan rumus Systematic Random Sampling yang diambil dari buku ciptaan Prof. Dr. Sugiyono yang berjudul "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D" untuk perhitungan yaitu $K=N/n$, sehingga $K=100/10$

$$K= 100/10$$

$$K= 10$$

apabila dibulatkan maka besar sampel minimal dari 100 orang adalah 10 yang diminta untuk mengisi kuisioner. Supaya data tersebut menjadi lebih kuat untuk penelitian.¹⁷

d. Teknik dokumentasi

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

Adapun sumber-sumber dokumen tersebut berasal dari arsip-arsip PT. BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga, dokumen-dokumen, formulir-formulir, dan sebagainya untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan untuk penyusunan. Selain meminta dokumen-dokumen langsung dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi dari majalah-majalah perbankan, *browsing* di internet dan lain sebagainya. Kesemua dokumen-dokumen diatas berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan atau tambahan referensi guna penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

5. Metode Analisa Data

Analisis data adalah mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya 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.¹⁸

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada), hlm, 80.

¹⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabate, 2015), hlm 244-245.

dalam metode periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman (1984), mengemukakan bahwa aktifitas analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.¹⁹

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 penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.²⁰

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 data yang paling penting untuk penelitian ini.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data biasa 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 dipahamitersebut.²¹

c. Verifikasi (*Verification/Concluding Drawing*)

Langkah ketiga 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

¹⁹Ibid, hlm 246.

²⁰ Ibid, hlm 247.

²¹ Ibid, hlm 249.

pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.²²

6. Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode (*triangulasi*), baik triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber untuk mengecek kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber (tiga sumber) yang berbeda. Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Triangulasi waktu adalah pengujian kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh pada satu waktu, dicek lagi pada waktu yang lain.²³

Analisis data tersebut dilakukan untuk menguji bagaimana strategi pemasaran pada produk deposito iB pada PT.BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas mampu meningkatkan jumlah nasabah dengan baik dan profesional. Sesuai dengan analisis data yang ada. Teknik triangulasi sumber sendiri yaitu melalui informasi nasabah sesuai angketyang diberikan. Triangulasi teknik yaitu melalui perhitungan dengan menggunakan rumus slovin. Triangulasi waktu penelitian yaitu terjun langsung pada saat program pelatihan kerja lapangan.

²² Ibid, hlm 252..

²³ Soeratno dan Lincolin Arsyad, *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988,hlm.95

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas merupakan salah satu bank yang aktivitas utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat sesuai prinsip syariah. PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas beralamat di Jl.Raya Ajibarang Tegal No.10 Kantor Cabang Ajibarang Banyumas.

Produk yang ada di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas terdiri dari produk penghimpunan dana (Tabungan *Wadiah*, Tabungan *Mudharabah* dan Deposito *Mudharabah*). Produk penyaluran dana (Pembiayaan *Murabahah*, Pembiayaan *Mudharabah*, Pembiayaan *Musyarakah*, Pembiayaan Multijasa dan Pembiayaan *Qardh*).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa strategi pemasaran di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas yaitu berupa teknik pemasaran yang ssering dilakukan oleh bank mana saja yaitu:
 - a. Strategi jemput bola, PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas melakukan penawaran deposito iB langsung ketempat nasabah. Sehingga nasabah tidak perlu kekantor, nasabah juga akan mendapatkan *service excellent* yang baik. Dengan tujuan untuk menjalin silaturahmi dan hubungan baik dengan nasabahnya.
 - b. Target *Funding Officer*, yaitu PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas mengadakan target untuk *funding officer* sendiri supaya dapat memaksimalkan dalam bekerja dan mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan secara cepat.

- c. Kekekluargaan, PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas yaitu strategi pendekatan kepada nasabah agar nasabah merasa dihormati dan nyaman atas pelayanan yang diberikan.
 - d. Pembebasan lokasi pemasaran dilakukan oleh PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas agar dapat mempermudah *funding officer* melakukan promosi produk deposito iB dimana saja.
 - e. Grebeg pasar dilaksanakan oleh PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas penerjunan secara langsung *funding officer* untuk menawarkan produk deposito iB ke orang-orang yang ada dipasar, bisa dilakukan dengan cara pembagian brosur ataupun yang lain.
2. Perkembangan produk deposito iB selama 28 Februari 2019-30 Maret 2019 PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas berhasil meningkatkan jumlah nasabah yang tadinya 32 nasabah menjadi 37 nasabah. Kenaikan tersebut terus meningkat perbulannya. Karena tidak adanya peningkatan akan berdampak negatif bagi bank. Dengan adanya strategi pemasaran tersebut dapat menggugahkan nasabah untuk mendepositokan sebagian asetnya agar dapat berguna lebih baik untuk selanjutnya dan mendapatkan keberkahan karena melalui kesyariahan yang baik.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas, maka penelitian memberikan saran yang bermanfaat bagi PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas untuk kedepannya antara lain :

1. Dari segi prasarana PT. BPRS Gunung Slamet Cabang Ajibarang Banyumas sudah cukup lengkap, namun ada kekurangan yang cukup menonjol yaitu sistem operasional yang sering kali eror dikarenakan *server* langsung dari pusat.
2. Penambahan karyawan di bagian *funding Officer* yang sekarang hanya satu, karena dengan adanya penambahan karyawan pada bagian *funding officer*

akan lebih mudah meningkatkan jumlah nasabah dan mampu mengejar target *funding officer* dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

Asnawi Nur, Fanani Asnan Muhammad. 2017. *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: PT Raja Grafindo Persada

Brosur PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

Dahlan Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta : Teras

Danupranata Gita. 2015. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta : Salemba Empat

Daniel Rizki Wicaksono. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito Pada PT.BPR Nguter Surakarta. UNS

Dokumentasi PT. BPRS Gunung Slamet Cilacap

Fauzia Yunia Ika. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Gilang Permana. 2016. Strategi Pemasaran Jemput Bola Produk Funding Di BPRS Ikhsanul Amal Gombang. IAIN Purwokerto

http://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_19_Maret_2019

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group

Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana

Linda Atikasari. 2017. Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk Tabungan BSM Di Bank Syariah Mandiri Kc Ajibarang. IAIN Purwokerto

Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada

Musdalifah Nur Ihsan. 2017. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito Pada PT.Bank Bukopin Cabang Slamet Riyadi Surakarta. UNS

Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok : PT Raja Grafindo Persada

Muhammad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Princing di Bank Syariah*. Yogyakarta : UII Press

- Muhammad. 2000. *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta : UII Press
- Oktavina Yesi Putranti. 2015. *Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prolink Syariah*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Pauji, Nawawi, Hakiem. 2015. *Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di BPRS Amanah Ummah*. Bogor : Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UKA
- Rida Faiqoh. 2013 *Analisis Strategi Pemasaran KPRS Di Bank Muamalat Cabang Kudus* Lembaga Studi Nusantara Demak.
- Sabariah Etika. 2016. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Saeed Abdullah. 2004. *Menyoal Bank Syariah Kritik Atas Interpretasi Bunga Bank Kaum Neo-Revivalis*. Jakarta : Paramadina
- Siti Azizah. 2015. *Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra Plus Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputra 1912 Syariah Cabang Purwokerto*. IAIN Purwokerto
- Soeratno dan Lincolin Arsyad. 1988. *Metode Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Taufik Hidayat. 2017. *Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PD.BPR Bank Klaten*. UNS
- Wawancara dengan Tahdibul Fuad (Kepala Cabang PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas) Pada 10 Januari 2019
- Wawancara dengan Cuk Diyah Purnami (AO di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas)
- Wawancara dengan Sania Yunia Rika (Funding Officer di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas)
- Wawancara dengan Munnashihatul Ummah (Admin&Legal di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas)
- Wawancara dengan Utari Dwi Ayu Kencana (CS di PT. BPRS Gunung Slamet Kantor Cabang Ajibarang Banyumas)