

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN FAEDAH IMPIAN  
BRISYARIAH iB DI BRI SYARIAH KCP CILACAP**



**TUGAS AKHIR**

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

Disusun Oleh :

FEBKARINA LAELATUL KAROMAH

NIM : 1617203059

**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**PURWOKERTO**

**2019**

# STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IMPIAN BRISYARIAH iB DI BRI SYARIAH KCP CILACAP

Febkarina Laelatul Karomah

NIM. 1617203059

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

Program DIII Manajemen Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

## ABSTRAK

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang menggembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratus lebih kantorya. Salah satunya yaitu Bank BRI Syariah KCP Cilacap yang mempunyai strategi pemasaran dalam memasarkan produknya. Salah satu produk yang dimiliki oleh BRI Syariah KCP Cilacap yaitu Produk Tabungan Impian. Produk ini diterbitkan untuk memudahkan nasabah dalam memenuhi keinginan untuk mewujudkan impian secara terencana. Prinsip yang digunakan oleh Bank BRI Syariah KCP Cilacap dalam mengelola tabungan impian yaitu prinsip mudharabah. Prinsip mudharabah yang digunakan dalam Bank BRI Syariah adalah prinsip mudharabah mutlaqah. Dalam prinsip mudharabah mutlaqah, nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah tidak memberikan batasan bagi bank syariah dalam menggunakan dana yang disimpannya. Hasil usaha yang diperoleh bank selanjutnya akan dibagi antara bank dengan nasabah sesuai nisbah yang telah disepakati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan impian yang ada di BRI Syariah KCP Cilacap. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Bank BRI Syariah KCP Cilacap. Dalam menawarkan Produk Tabungan Impian Bank BRI Syariah mempunyai strategi khusus dalam mencari dan mengumpulkan nasabah. Strategi yang dipakai untuk memasarkan Produk Tabungan Impian yaitu menggunakan unsur bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari 4P, yaitu Produk, Price, Place, Promotion.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Produk Tabungan Impian BRISyariah iB*

**MARKETING STRATEGY PRODUCT SAVINGS AVAIL BRISYARIAH  
iB DREAMS in BRI SYARIAH KCP CILACAP**

Febkarina Laelatul Karomah

NIM. 1617203059

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

Program DIII Manajemen Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (IAIN)

**ABSTRACT**

Banks based on sharia principles has recently been developed in Indonesia, but is already showing encouraging signs since the presence of Islamic banks currently amounts to about four hundred more of its offices. One of them, namely Bank BRI Syariah KCP Cilacap which have a marketing strategy in marketing its products. One of the products owned by BRI Syariah KCP Cilacap namely Dream savings products. This product is published to facilitate clients in fulfilling the desire to realize the dream of programmatically. The principle used by Bank BRI Syariah KCP Cilacap in managing principle of mudharabah savings dreams. Mudharabah principles used in Bank BRI Syariah KCP Cilacap is mudharabah mutlaqah principle. In the mudharabah mutlaqah principle, customers who save their money in Islamic banks do not provide limitations for Islamic banks to use funds from. The bank's business results obtained will then be divided between a bank customer in accordance with the agreed ratio.

This research aims to find out how the product marketing strategy of saving dreams that are in BRI Syariah KCP Cilacap. The collection of data in this study using observation, interviews, and documentation. This research uses descriptive analytical methods with qualitative approaches. The location of the research carried out at the Bank BRI Syariah KCP Cilacap. In the product offering Savings Bank BRI Syariah Dreams have a special strategy in seeking and collecting customer. The strategies used to market a product that is using the dreams of Saving the marketing mix (the marketing mix) consisting of 4 p, Product, Price, Place, Promotion.

*Keywords: Marketing Strategy, Dream Savings Products*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metodologi Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Strategi Pemasaran.....	12

1. Definisi Strategi .....	12
2. Definisi Pemasaran .....	13
3. Konsep Pemasaran.....	14
4. Definisi Strategi Pemasaran.....	15
5. Strategi Pemasaran Bank .....	16
a. Langkah-Langkah Strategi Pemasaran .....	17
b. Tujuan Pemasaran Bank .....	22
B. Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB .....	23
1. Definisi Tabungan.....	23
2. Tabungan Impian BRI Syariah iB.....	25
3. Akad yang Digunakan.....	27
C. Penelitian Terdahulu .....	32
 <b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap .....	36
1. Sejarah dan Perkembangan Bank Rakyat Indonesia Syariah .....	36
2. Visi, Misi, Motto dan Tujuan Bank BRI Syariah KCP Cilacap Motto Bank BRI Syariah .....	38
3. Budaya kerja BRI Syariah KCP Cilacap.....	39
4. Produk-Produk BRI Syariah KCP Cilacap .....	41
5. Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Cilacap.....	48
6. Fungsi dan Tugas Bagian BRI Syariah KCP Cilacap .....	49

B. Pembahasan .....	51
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Nasabah Tabungan Impian .....	5
Tabel 2 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3 Daftar Inventaris BRI Syariah KCP Cilacap.....	37
Tabel 4 Daftar Fasilitas BRI Syariah KCP Cilacap .....	38



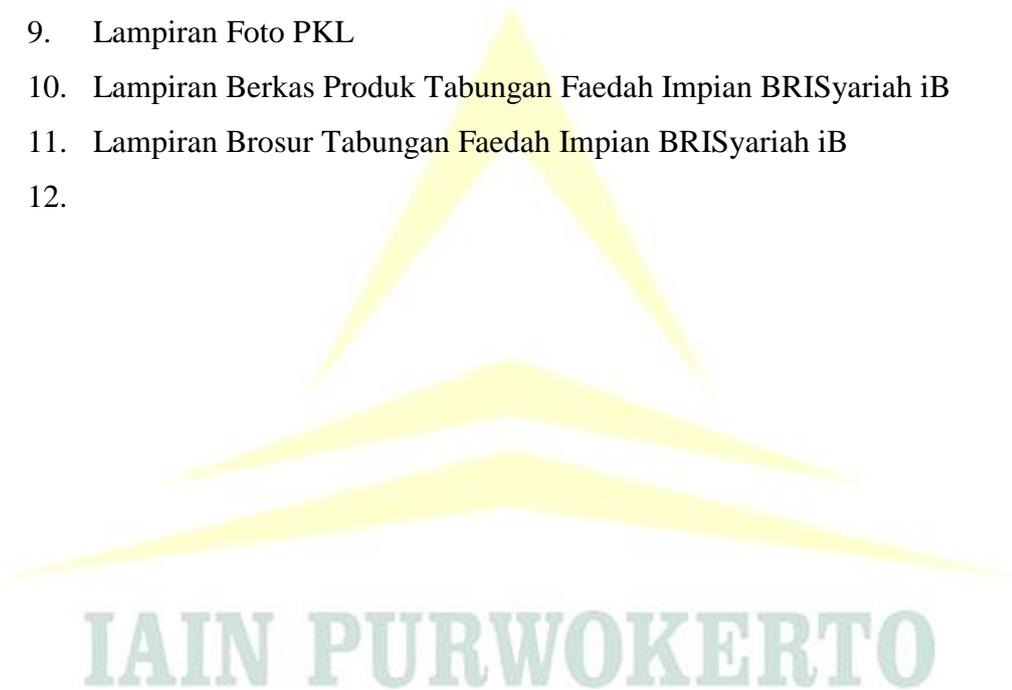
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Cilacap.....	48
---	----



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Blangko Bimbingan Tugas Akhir
2. Lampiran Surat Rekomendasi Ujian Tugas Akhir
3. Lampiran Sertifikat BTA dan PPI
4. Lampiran Sertifikat Bahasa
5. Lampiran Sertifikat Komputer
6. Lampiran Sertifikat OPAK
7. Lampiran Sertifikat PKL
8. Lampiran Sertifikat Kegiatan Mahasiswa
9. Lampiran Foto PKL
10. Lampiran Berkas Produk Tabungan Faedah Impian BRISyariah iB
11. Lampiran Brosur Tabungan Faedah Impian BRISyariah iB
- 12.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang mengembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratusan lebih kantornya. Keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga bank konvensional tahun 2003 lalu memperkuat kedudukan bank syariah.

Bank syariah merupakan *Islamic Financial Institution* dan lebih dari sekedar bank (*beyond banking*) yang berdasarkan Al-Qur'an dan hadits (tuntunan Rasulullah Muhammad saw.) yang mengacu pada prinsip *muamalah*, yakni sesuatu itu boleh dilakukan, kecuali jika ada larangannya dalam Al-Qur'an dan hadits yang mengatur hubungan antarmanusia terkait ekonomi, sosial, dan politik.<sup>1</sup>

Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>2</sup>

Perkembangan Lembaga-Lembaga Keuangan Islam tersebut juga tergolong cepat, salah satu alasannya adalah karena adanya keyakinan kuat di kalangan masyarakat Muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang oleh agama Islam. Rekomendasi

---

<sup>1</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta:PT Gramedia, 2014), hlm. 7.

<sup>2</sup>Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011), hlm. 26.

hasil lokakarya ulama tentang bunga bank dan perbankan tersebut ditujukan kepada Majelis Ulama Indonesia (MUI), kepada pemerintah dan kepada seluruh umat Islam.

Tingginya tingkat persaingan antar bank disebabkan karena banyaknya produk unggul yang diciptakan oleh masing-masing bank, sehingga setiap bank memerlukan strategi pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang di arahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.<sup>3</sup> Dalam melakukan pemasaran, strategi yang digunakan oleh bank biasanya berlandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri atas 4 P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik unsur-unsur marketing mix harus diperhatikan dan perlu rencana pemasaran yang baik juga. Dimana rencana pemasaran adalah meliputi strategi pemasaran, menetapkan target pasar dan bagaimana memosisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar dan taktik rencana pemasaran, yakni terkait fitur produk, promosi, harga, saluran penjualan, dan layanan.<sup>4</sup> Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.<sup>5</sup>

Bank syari'ah sebagai lembaga intermediasi yang berfungsi mengumpulkan dana dari masyarakat (pihak yang menawarkan dana) kemudian menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan kepada yang membutuhkan dana. Fungsi intermediasi perbankan syari'ah ini sesuai dengan ajaran Islam yang memerintahkan bahwa seseorang yang memiliki harta tetapi mereka tidak memiliki keahlian untuk mengelolanya, maka pengelolanya hendaklah diamanahkan kepada pihak yang memiliki keahlian.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup>Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi (Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2011), h .5.

<sup>4</sup>Setyo Sudrajat, Manajemen Pemasaran Bank (Jakarta:InfoBank, 1994), h. 116.

<sup>5</sup>Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018), hlm. 2.

<sup>6</sup>Ahmad Roziq dan Mufti Mubaroq. *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*.(Jakarta: Dinar Media, 2012), hlm. 31.

Sebagaimana pada lembaga bank secara umum, dalam penghimpunan dana bank syariah mempraktikkan produk tabungan dan giro (*saving and curent account*) dan deposito (*investement account*). Dalam kedua produk tersebut, akad dasar yang dikembangkan adalah wadiah dan mudharabah.<sup>7</sup>

Prinsip wadiah dalam perbankan syariah dapat diterapkan pada kegiatan penghimpunan dana berupa giro dan tabungan. Di Indonesia, hampir semua Bank Syariah menerapkan prinsip wadiah pada tabungan giro. Giro wadiah adalah titipan pihak ketiga pada Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

Pengimpunan dana dengan prinsip *muḍārabah*, dapat dibagi atas dua skema yaitu skema *muthlaqah* dan skema *muqayyadah*. Dalam penghimpunan dana dengan akad *muḍārabah mutlaqah*, kedudukan Bank Syariah adalah sebagai *mudharib* (pihak yang mengelola dana) sedangkan penabung atau deposan adalah pemilik dana (*shahibul maal*). Hasil usaha yang diperoleh bank selanjutnya dibagi antara bank dengan nasabah pemilik dana sesuai dengan porsi nasabah yang disepakati dimuka.<sup>8</sup> Tabungan dengan prinsip *muḍārabah* ini tidak dapat ditarik setiap saat, sehingga tidak perlu diberikan ATM.

Bank BRI Syariah hadir sebagai salah satu Lembaga Keuangan yang berpegang teguh pada prinsip Syariah. Bank BRI Syariah bertujuan untuk mempermudah aktifitas *financial* serta memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari perorangan maupun kelompok yang dilengkapi berbagai fasilitas untuk kenyamanan dan kemudahan nasabah. Berbagai

---

<sup>7</sup>Ahmad Dahlan. *BANK SYARIAH Teoritik, Praktik, Kritik*. (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 124.

<sup>8</sup>[jendelaimusebi.blogspot.com/2013/05/sistem-penghimpunan-dana-bank-syariah.html?m=1](http://jendelaimusebi.blogspot.com/2013/05/sistem-penghimpunan-dana-bank-syariah.html?m=1)(diakses pada 20 Januari 2019, pukul 19.53)

produk ditawarkan Bank BRI Syariah, seperti Tabungan Haji, Tabungan Impian, Simpanan Faedah, Giro, dan Deposito.

Di Bank BRI Syariah Cilacap, salah satu produk tabungan keunggulan yang menggunakan prinsip mudharabah adalah Tabungan Impian, karena bagi hasil yang lebih menarik dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.

Tabungan ini menggunakan akad mudharabah muthlaqah, karena pengelolaan dana investasi tabungan ini sepenuhnya diserahkan kepada mudharib. Prinsip mudharabah yaitu pekerjaan sepenuhnya diserahkan kepada mudharib (pengelola dana) dan pemilik dana tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan dana mudharabah, dimana keuntungan usaha (nisbah bagi hasil) shahibul maal dan mudharib ditentukan sesuai kesepakatan awal.

Tabungan impian hadir setelah sukses dengan adanya tabungan haji di BRI Syari'ah Kantor Cabang Pembantu Cilacap. Serta keinginan masyarakat yang tinggi untuk mewujudkan rencana impiannya dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan.

Produk tabungan impian ini dapat mewujudkan keinginan nasabahnya dalam mewujudkan rencana impiannya, seperti kurban, pendidikan, liburan, belanja, dan lain lain. Tabungan impian juga banyak sekali memberikan kemudahan dengan persyaratan yang mudah dan setoran awal yang murah. Sehingga menjadi produk yang sangat diminati oleh masyarakat.<sup>9</sup> Selain itu, Tabungan Impian juga memiliki berbagai keunggulan yang mendukung keinginan pelanggan seperti ketenangan kerana dana di kelola secara syariah. Fleksibel dengan pilahan jangka waktu. Gratis biaya administrasi dan premi asuransi otomatis. Aman karena otomatis dilindungi asuransi jiwa.

---

<sup>9</sup> [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id) (diakses pada 21 Januari 2019, pukul 10.03)

Dibawah ini adalah tabel jumlah nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Cilacap pada periode 3 tahun terakhir diantaranya sebagai berikut :

**TABEL 1**  
**JUMLAH NASABAH TABUNGAN IMPIAN BRISYARIAH iB DI**  
**BANK BRI SYARIAH KCP CILACAP**  
**PERIODE 2016-2018**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2016	26
2.	2017	30
3.	2018	55

Berdasarkan data diatas jumlah nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah iB setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Hal itu disebabkan karena adanya strategi pemasaran yang semakin baik setiap tahunnya, sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi nasabah Produk Tabungan Impian BRISyariah iB.

Berdasarkan pemaparan di atas untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah, maka melalui Tugas Akhir ini penulis mengambil judul “**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian BRISyariah iB di BRI Syariah KCP Cilacap**”

#### **B. Rumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk dijadikan pedoman bagi penulis secara cermat dan tepat sesuai dengan prinsip-prinsip suatu penelitian yang ilmiah. Dengan perumusan masalah diharapkan dapat mengetahui obyek-obyek yang diteliti, serta bertujuan agar penulisan dan ruang lingkup penelitian uraiannya terbatas dan terarah pada hal-hal yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Untuk memudahkan pembahasan masalah dan pemahamannya, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut : Bagaimana Strategi

Pemasaran Produk Tabungan Impian BRISyariah iB di BRI Syariah KCP Cilacap?

### **C. Tujuan Penelitian**

Maksud penulisan laporan Tugas Akhir adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan impian di BRI Syariah KCP Cilacap. Dalam hal ini, penulis mencoba untuk menganalisis antara teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktek yang terjadi di lembaga keuangan perbankan syariah, yaitu dengan melakukan observasi secara langsung di Bank BRI Syariah KCP Cilacap. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan khususnya untuk penulis sendiri dan atau untuk pembaca pada umumnya.

### **D. Manfaat Penelitian**

- a. Secara teoritis penulisan ini di harapkan mampu memberikan pemikiran bagi pengembangan ilmu perbankan syariah pada umumnya dan keuangan khususnya serta menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang apresiasi para nasabah dalam menentukan pembiayaan yang mereka ambil.
- b. Secara praktis
  - a) Bagi penulis, memberikan wawasan dan pengetahuan tentang pembiayaan di Bank Syariah.
  - b) Bagi masyarakat, menambah wawasan dan pengetahuan tentang pembiayaan di Bank Syariah.
  - c) Bagi Bank BRI Syariah KCP Cilacap, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian BRISyariah iB di Bank BRI Syariah KCP Cilacap.

### **E. Metodologi Penelitian**

Metode atau Metodologi adalah suatu proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem atau permasalahan. Atau

dengan kata lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian.<sup>10</sup>

## 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian kualitatif dimana pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan dan atau perilaku dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik.<sup>11</sup>

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu, tetapi didapat setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian. Berdasarkan analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan berupa pemahaman umum yang sifatnya abstrak tentang kenyataan-kenyataan.<sup>12</sup>

Dimana jenis penelitian ini memfokuskan peneliti terhadap apa yang penyusun dapatkan di lapangan dan membandingkan antara teori yang telah dipelajari dengan praktik yang sesungguhnya.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian yang dilakukan penulis bersamaan dengan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Prodi Diploma III (DIII) Manajemen Perbankan Syariah yaitu bertempat di BRI Syariah KCP Cilacap Gatot Subroto yang beralamatkan di Jl. Gatot Subroto No. 57, Gunungsimping, Cilacap Tengah, Jawa Tengah, yang dilaksanakan mulai hari Senin, 7 Januari 2018 sampai dengan tanggal 7 Februari 2018.

---

<sup>10</sup>Dedy Mulyani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 145

<sup>11</sup>Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 6.

<sup>12</sup>Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 52.

### 3. Subyek dan Objek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah BRI Syariah KCP Cilacap Gatot Subroto. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah implementasi akad mudharabah mutlaqah pada produk tabungan impian yang dilaksanakan di BRI Syariah KCP Cilacap Gatot Subroto.

### 4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian (penulis) atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini sering disebut juga data asli atau data baru.

#### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian (penulis) dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.<sup>13</sup>

### 5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data (primer) untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting diperoleh dalam metode ilmiah. Pada umumnya data yang dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan eksploratif, untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Data yang digunakan harus cukup valid untuk digunakan.<sup>14</sup>

Terdapat banyak teknik pengumpulan data, tetapi teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

---

<sup>13</sup>Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm. 19

<sup>14</sup>Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi: Dilengkapi Beberapa Alat Analisa dan Penuntun Penggunaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 133.

a. Observasi

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>15</sup> Observasi sebagai alat pengumpulan data banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati, baik dalam situasi sebenarnya maupun dalam situasi buatan. Teknik ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

Observasi yang penulis lakukan di sini yaitu dengan melakukan observasi secara langsung terhadap kegiatan operasional yang ada di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap lebih khususnya di bagian pelayanan sesuai dengan tema judul laporan tugas akhir yang penulis ambil.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Dalam pengertian lain, wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data orang atau objek penelitian.<sup>16</sup>

Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap lagi guna keperluan data-data penelitian untuk laporan tugas akhir, penulis melakukan wawancara secara langsung baik dengan pimpinan maupun para karyawan di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap atau pihak-pihak terkait di bidangnya masing-masing seperti melakukan wawancara dengan Kepala Bagian Operasional, Staff Bagian Accounting, dan Direktur Marketing.

---

<sup>15</sup> Ahmad Tanzeh, Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 58.

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 62-63.

### c. 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.<sup>17</sup>

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap, seperti arsip-arsip, formulir-formulir dokumen transaksi yang digunakan untuk transaksi tabungan impian BRISyariah iB, dan data-data yang dibutuhkan. Selain meminta dokumen-dokumen langsung dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari majalah-majalah perbankan, browsing di internet dan lain sebagainya. Kesemua dokumen-dokumen di atas berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan atau tambahan referensi guna penyusunan laporan Tugas Akhir ini.

### 6. Teknis Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dimana dapat dipahami bahwa menganalisis dengan deskriptif kualitatif adalah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi sebenarnya.<sup>18</sup>

Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan variable yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti. Data yang terkumpul dari catatan lapangan, gambar, brosur, dan sebagainya.

---

<sup>17</sup>Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998), hlm. 95.

<sup>18</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: PT. Rieneka Cipta, 2000), hlm. 353.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mengetahui dan mempermudah dalam penelitian yang di lakukan, maka penulis menyusun sistematika pembahasan ke dalam pokok-pokok bahasan yang di bagi menjadi 4 bab sebagai berikut:

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, definisi operasional variabel , manfaat penelitian , dan sistematika penulisan judul tugas akhir.

### **BAB II : Landasan Teori**

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

### **BAB III : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini yang pertama menjelaskan tentang laporan objek yang berisi sejarah BRI Syariah KCP Cilacap, Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Cilacap, Visi dan Misi, Produk-produk BRI Syariah KCP Cilacap. Dan yang kedua tentang laporan hasil penelitian implementasi pemasaran produk tabungan impian syariah iB pada Bank BRI Syariah Cilacap.

### **BAB IV : Kesimpulan dan Saran**

Bab terakhir terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian tersebut dan berisi saran-saran.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di bahas mengenai Strategi Pemasaran Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Produk Tabungan Impian BRI Syariah iB, maka dapat disimpulkan bahwa Tabungan Impian adalah tabungan berjangka yang menggunakan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana. Tabungan ini tidak dapat ditarik sewaktu-waktu karena merupakan tabungan investasi jangka panjang. Untuk setoran awal minimal Rp. 50.000 dan setoran rutin juga sama minimal Rp. 50.000. Perhitungan bagi hasil tabungan dilakukan berdasarkan besarnya dana investasi rata-rata selama satu periode perhitungan bagi hasil dan penyerahan bagi hasil nasabah langsung di debet ke tabungan nasabah.

Strategi yang digunakan BRI Syariah KCP Cilacap untuk memasarkan Produk Tabungan Impian menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* adalah dengan menggunakan metode bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasarannya meliputi prinsip 4P yaitu *Product, Price, Place, Promotion*. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik unsur-unsur *marketing mix* harus diperhatikan dan perlu rencana pemasaran yang baik juga. Dimana rencana pemasaran adalah meliputi strategi pemasaran, menetapkan target pasar dan bagaimana memosisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar dan taktik rencana pemasaran, yakni terkait fitur produk, promosi, harga, saluran penjualan, dan layanan. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti berpendapat bahwa:

1. Bank BRI Syariah KCP Cilacap harus lebih meningkatkan sosialisasi terhadap masyarakat tentang produk-produk yang ada sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
2. Para karyawan harus menambah wawasan, keterampilan, serta kualitas sumber daya manusia mengenai perbankan syariah. Meskipun demikian apa yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap patut kita banggakan, sebagai upaya yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan perekonomian yang dinamis berdasarkan syariat Islam.
3. Bagi para akademisi dan mahasiswa juga harus menambah wawasan serta menimba ilmu sebanyak-banyaknya agar mendapatkan bekal yang cukup untuk terjun ke dunia kerja selanjutnya karena persaingan kerja yang sangat ketat dan kompetitif.

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim. *Bank Islam; Analisis fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009.
- Ahmad Dahlan. *BANK SYARIAH Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras, 2012.
- Ahmad Roziq dan Mufti Mubaroq. *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*. Jakarta: Dinar Media, 2012.
- Ahmad Tanzeh. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015
- Binti Nur Asiyah. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: KALIMEDIA, 2015.
- Dedy Mulyani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001.
- Dwi Suwiknyo. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hadari Nawawi. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia, 2014.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2011.
- Ismail Solihin. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.  
Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Jusuf Soewadji. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2018.

- Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah*. Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2017.
- M. Suyanto. *MARKETING STRATEGI Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2007.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: YKPN, 2005.
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Moehar Daniel. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi: Dilengkapi Beberapa Alat Analisa dan Penuntun Penggunaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Setyo Sudrajat. *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta:InfoBank, 1994.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2011
- Suharsimi Arikunto. *Manajmen Penelitian*. Jakarta: PT. Rieneka Cipta,2000.
- Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2014.
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/pemasaran>. Di akses pada tanggal 22 Januari 2019 pukul 13.00
- [jendelaimusebi.blogspot.com/2013/05/sistem-penghimpunan-dana-bank syariah.html?m=1](http://jendelaimusebi.blogspot.com/2013/05/sistem-penghimpunan-dana-bank-syariah.html?m=1)(diakses pada 20 Januari 2019, pukul 19.53)
- [www.brisyariah.co.id](http://www.brisyariah.co.id) (diakses pada 21 Januari 2019, pukul 10.03)