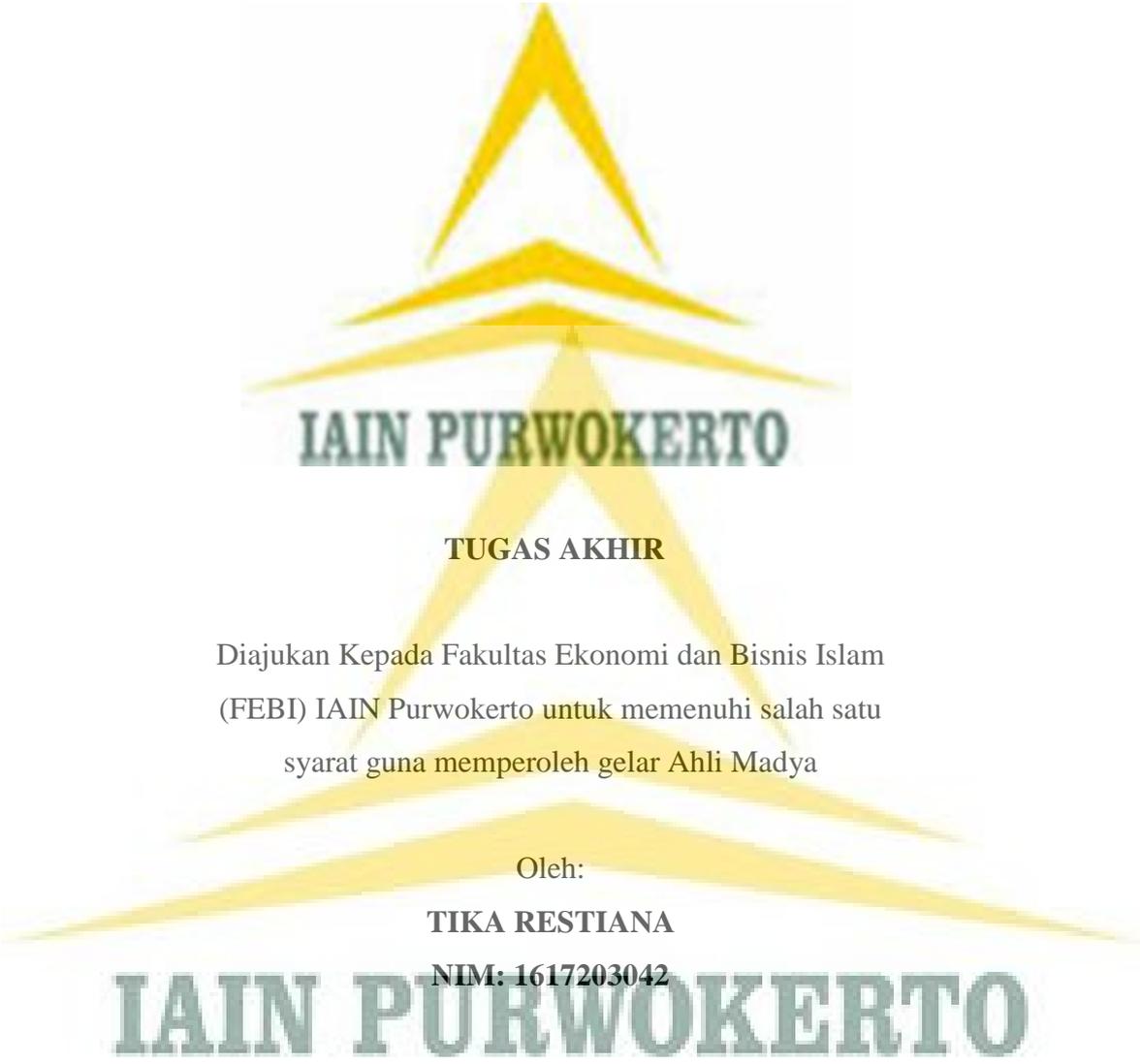


**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO iB DI BRI SYARIAH
KANTOR CABANG PEMBANTU JATIBARANG BREBES**



IAIN PURWOKERTO

TUGAS AKHIR

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

Oleh:

TIKA RESTIANA

NIM: 1617203042

IAIN PURWOKERTO

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

2019

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat dalam meningkatkan taraf hidup orang banyak, kita tidak boleh sembarangan dalam mengambil langkah kerja, yang dapat menimbulkan ketidak nyamanan masyarakat dan penjerumusan ke hal-hal yang dilarang oleh Allah SWT.¹ Sehingga sistem bank dalam islam diperbolehkan tetapi dalam usahanya harus dilandasi dengan nilai-nilai islam. Dengan hal itu nasabah dan pihak bank dapat saling menguntungkan. Jika suatu bank yang dalam usahanya menganut sistem riba, itu yang tidak di perbolehkan. Karena riba merupakan perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT. Hal itu dapat dijelaskan pada Quran Surat Al-Baqarah ayat 275 yang artinya Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Jadi dalam kacamata islam bank boleh beroperasi dengan menggunakan nilai-nilai islami dalam usahanya.

Dalam operasinya perbankan berdasarkan prinsip syariah diatur dalam UU No. 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, dengan latar belakang adanya suatu keyakinan dalam agama islam yang merupakan suatu alternatif atas perbankan dengan kekhususannya pada prinsip syariah. Prinsip-prinsip syariah islam atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan islam. Dalam tata cara tersebut di jauhi praktek-praktek yang di khawatirkan mengandung unsur-unsur riba, tata cara ini diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi berdasarkan bagi hasil.² Maka dari itu bank dalam memasarkan produknya harus benar-

¹ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 100.

² Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hlm. 39.

benar sesuai dengan syariat islam dan harus melihat bagaimana kondisi perekonomian saat ini.

Kondisi politik pemerintahan saat ini sangat berhubungan erat dengan perekonomian. Perbankan atau lembaga keuangan lainnya sangat berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang semakin pesat dan berdirinya bank-bank syariah di berbagai kota, hal itu menandakan bank syariah mampu bersaing.

Pada era globalisasi ini, pemerintah berupaya untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia. Salah satunya melalui lembaga keuangan atau perbankan. Prospek perbankan syariah dari tahun ke tahun di perkirakan cukup baik. Aset Bank Syariah di Indonesia sangat mengesankan. Tumbuh kembangnya aset bank syariah ini dikarenakan semakin baiknya kepastian di sisi regulasi serta berkembangnya pemikiran masyarakat tentang keberadaan bank syariah.³

Perkembangan perbankan syariah ini tentunya di dukung oleh kegiatan-kegiatan *marketing* yang bergerak dalam dunia bisnis, yang mengetahui bahwa suatu perusahaan didirikan untuk menghasilkan produk tertentu, baik berupa barang maupun jasa. Produk- produk yang dihasilkan itu dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan sekelompok pemakai barang atau pengguna jasa tersebut. Dalam dunia pemasaran tidak kalah pentingnya untuk menyadari bahwa selalu terjadi pergeseran dalam perilaku konsumen di pasaran. Pergeseran itu akibat dari berbagai hal, seperti kemampuan finansial yang berubah dalam arti lebih tinggi atau lebih rendah, perubahan status sosialnya, atau juga karena sifat meniru dalam diri manusia, sehingga ada kalanya menginginkan suatu produk yang sedang *trendy* di masa sekarang.⁴ Maka dari itu, dalam menawarkan produknya bank-bank syariah dan bank lainnya rentan terjadi persaingan sehingga perlu adanya strategi pemasaran di masing-masing bank.

³ Adiwarmanto A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 27.

⁴ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: BUMI AKSARA, 1998), hlm. 48.

Dalam menerapkan strategi pemasaran, bank dapat melihat bagaimana konsep pemasaran yang menyatakan bahwa tugas bank adalah memberikan pelayanan kebutuhan dalam bentuk pembiayaan, dengan melihat kepentingan sasaran yaitu pasar-pasar baik lapak maupun mikro. Dengan itu, adanya efek yang dapat memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada yang diberikan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat. Bank juga harus menciptakan suatu sistem yang efektif dan efisien untuk pengendalian pemasaran yang baik dan benar. Pemasaran produk perbankan syariah harus dirancang dengan baik dan benar, rencana yang baik jika realistis dan menantang untuk diperjuangkan dalam mencapai tujuan.⁵

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan di masa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan di butuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Di samping itu seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk di bandingkan dengan produk lainya dari pesaing. Produsen juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.⁶

Strategi pemasaran yang di terapkan di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes adalah menggunakan strategi grebek pasar. Grebek pasar yaitu karyawan (*marketing*) berkunjung ke pasar-pasar di daerah tersebut dengan tujuan untuk menawarkan produk-produk pembiayaan maupun pendanaan yang ada di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Dengan dilakukannya grebek pasar, dapat kita ketahui siapa saja pedagang atau unit usaha mikro yang membutuhkan pembiayaan untuk menambah modal usahanya sehingga usahanya dapat berkembang lebih baik. Selain itu dengan dilakukannya grebek pasar, jika ada kerabat atau keluarga pedagang yang membutuhkan

⁵ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), hlm. 148-149.

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 164.

pembiayaan dan orang tersebut memiliki unit usaha, mereka juga merekomendasikan agar melakukan pembiayaan di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Hal ini dikarenakan pedagang-pedagang tersebut sudah percaya kepada BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes juga memberikan kemudahan bagi pedagang- pedagang di pasar yang melakukan pembiayaan, seperti untuk pembayaran angsuran, nasabah tidak perlu ke bank, karena pihak bank yang akan menemui nasabah untuk membayar angsuran. Hal ini dikarenakan pedagang yang sibuk berjualan sehingga tidak ada waktu untuk datang ke bank. Penerapan strategi ini cocok untuk nasabah produk Mikro iB.

Selain menggunakan metode grebek pasar, juga menggunakan metode membagikan brosur kepada masyarakat, karena saat ini banyak masyarakat yang belum paham tentang pembiayaan di BRI Syariah. Masyarakat masih menganggap jika pembiayaan di bank konvensional dan di bank syariah masih sama dan mereka belum paham akan margin dan bagi hasil di BRI Syariah, sehingga pihak bank harus menjelaskan berapa margin dan bagaimana bagi hasil yang di terapkan di BRI Syariah. Untuk margin di BRI Syariah sendiri berbeda-beda setiap periodenya, untuk saat ini margin pembiayaan Mikro 25 iB marginnya 0,9%, Mikro 75 iB marginnya 1% sedangkan untuk Mikro 200 iB marginnya 1,2%. Strategi *door to door* dan sosialisasi juga di terapkan di BRI Syariah KCP Brebes Jatibarang, hal ini sangat penting karena dengan adanya *door to door* akan mempererat tali silaturahmi antara nasabah dengan pihak bank dan akan menambah kepercayaan nasabah terhadap BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

Suatu bank dalam menawarkan produknya harus menggunakan strategi pemasaran guna untuk menambah minat masyarakat dan kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Perusahaan juga harus memperhatikan kualitas produk yang akan dipasarkan. Manajemen total kualitas merupakan komitmen perusahaan untuk memberi yang terbaik bagi pelanggan-pelanggannya. Penekanannya adalah untuk secara berkesinambungan melakukan perubahan secara berkelanjutan (*Continuous Improvement*), yang

merupakan tuntutan mutu yang tidak pernah secara seratus persen dapat dipenuhi organisasi, sehingga menjadi target berikutnya bagi manajemen operasional untuk mencapai ke tingkat bebas/nol kesalahan (*zero defect*).⁷

Kualitas suatu produk harus di kembangkan seiring perkembangan zaman, sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas dalam pelayanan dalam perusahaan sangatlah penting, hal ini tidak semata-mata hanya untuk memuaskan pelanggannya. Sebagai seorang muslim tentunya memberikan pelayanan berdasarkan syariah sebagai nilai ketaqwaan.

Dalam perbankan syariah terdapat produk pendanaan dan produk pembiayaan. Produk pembiayaan saat ini banyak diminati masyarakat. Menurut Undang-Undang Perbankan No 10 tahun 1998, Pembiayaan merupakan penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁸

Produk pembiayaan di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes yang sangat diminati masyarakat adalah produk pembiayaan Mikro iB. Produk pembiayaan Mikro iB adalah produk pembiayaan mikro BRI Syariah yang menggunakan akad murabahah (jual beli). Caranya yaitu bank syariah harus terlebih dahulu membeli bahan untuk kemudian di jual kepada nasabahnya berdasarkan akad murabahah. Namun dengan murabahah saja seluruh kebutuhan dunia usaha dan industry belum dapat terpenuhi. Sehingga akad murabahah masih harus di kombinasikan dengan modal pembiayaan lain untuk memenuhi kebutuhan nasabah bank syariah.⁹ BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes menggunakan akad murabahah dengan kombinasi akad wakalah (murabahah bil wakalah).

⁷ Manahan P. Tampuboon, *Manajemen Operasional, (Operations Management)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm.85.

⁸ Kasmir, *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 92.

⁹ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm.421.

Tujuan pembiayaan mikro yaitu untuk modal kerja, investasi dan konsumsi (setinggi-tingginya 50% dari tujuan produktif nasabah). Pembiayaan mikro ini diperuntukan bagi wira usaha dan atau pengusaha dengan lama usaha minimal 2 tahun untuk produk pembiayaan Mikro iB. Untuk BI *chacking* calon nasabah yang akan mengajukan pembiayaan harus dengan *Track Record Kolektibilitas* lancar dan tidak terdaftar dalam DHN BI (Daftar Hitam Nasabah Bank Indonesia). Produk Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes mempunyai beberapa fitur.¹⁰

Tabel 1. Fitur produk pembiayaan Mikro iB

Produk	Pagu (juta)	Tenor
Mikro 25iB	5 – 25	6-36 bulan
Mikro 75iB	25 – 75	6- 36 bulan
Mikro 200iB	>75 – 200	6- 36 bulan
		6- 48 bulan
		6- 60 bulan

Salah satu faktor dalam mengukur minat masyarakat terhadap produk adalah dengan mengetahui jumlah nasabah produk tersebut. Hal ini dikarenakan nasabah sangat berperan penting dalam perkembangan perusahaan. Berdasarkan observasi pendahuluan berikut akan disajikan hasil rekapitulasi jumlah nasabah pembiayaan Mikro iB dari tahun 2015- 2018.

Jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB di tahun 2015 adalah 109 nasabah, dengan nasabah produk pembiayaan Mikro 75 iB sebanyak 65 nasabah dan 46 nasabah produk Mikro 200 iB. Pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan Mikro iB adalah 127 nasabah yang terdiri dari 75 nasabah produk Mikro 75 iB dan 52 nasabah dari produk Mikro 200 iB. Pada tahun 2017 jumlah nasabah pembiayaan Mikro iB adalah 145 nasabah yang terdiri dari 87 nasabah produk Mikro 75 iB dan 58 nasabah dari produk Mikro 200 iB. Pada tahun 2018 jumlah nasabah pembiayaan Mikro iB adalah 148 nasabah yang terdiri dari 94 nasabah produk Mikro 75 iB dan 54 nasabah dari

¹⁰ Brosur produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah.

produk Mikro 200 iB. Untuk nasabah Mikro 200 iB pada tahun 2018 mengalami penurunan, hal ini disebabkan nasabah Mikro 200 iB banyak yang migrasi, dialihkan atau di top up ke produk SME/ Ritel. Sedangkan untuk produk Mikro 25 iB tidak dipasarkan lagi. Hal ini dikarenakan produk pembiayaan Mikro 25 iB tidak memiliki agunan sebagai persyaratan pembiayaannya sehingga dapat menimbulkan resiko yang sangat tinggi bagi perusahaan. Selain itu pembiayaan harus dalam bentuk *suplechan* (kelompok) yang beresiko tinggi juga untuk perusahaan. Target jumlah nasabah untuk tahun 2019 adalah 154 nasabah dengan pembiayaan Mikro 75 iB 98 nasabah dan Mikro 200 iB 56 nasabah.¹¹

Dari tabel diatas diketahui berapa jumlah peminat masyarakat terhadap produk Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Minat masyarakat terhadap produk diperoleh berdasarkan bagaimana strategi pemasaran yang di terapkan di perusahaan tersebut. Produk Mikro iB di BRI Syariah sangat diminati oleh masyarakat. Keunggulan menggunakan produk pembiayaan Mikro iB adalah proses cepat, bebas administrasi, dan bebas provisi. Provisi merupakan imbalan balas jasa kepada pihak bank. Jadi nasabah tidak perlu memberikan balas jasa kepada pihak bank pada saat tandatangan perjanjian pembiayaan.

Pentingnya pemasaran, tercermin pada setiap kehidupan dalam masyarakat yang tidak lepas dari kegiatan pemasaran yang ada. Media advertensi yang digunakan untuk mempresentasikan produk. Selain itu pemasaran selalu mendorong untuk dilakukannya penelitian dan inovasi, sehingga menimbulkan terdapatnya produk-produk baru. Hal ini karena pemasaran selalu berusaha menggugah dan menarik para konsumen, kegiatan mana membutuhkan tenaga kerja yang cukup banyak.¹²

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam mengenai Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah

¹¹ Dokumen BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), hlm. 15-16.

Nasabah Melalui Produk Mikro iB di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jatibarang Brebes.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Strategi apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes?
2. Bagaimana peningkatan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes setelah diterapkan strategi-strategi tersebut?

C. Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan tugas akhir adalah untuk mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam menulis hasil penelitian yang berdasar pada penelitian di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

Maksud penulisan adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

D. Manfaat Penulisan

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB.

2. Praktisi

- 1) Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jatibarang Brebes dalam

menerapkan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui produk pembiayaan Mikro iB.

2) Bagi Nasabah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengetahuan bagi nasabah sehingga nasabah dapat memahami bagaimana strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

3) Bagi Masyarakat

Sebagai bahan tambahan pengetahuan dalam memahami strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB.

E. Metode Penelitian

Metode atau Metodologi penelitian adalah suatu proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem atau permasalahan. Atau dengan kata lain, metodologi adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹³

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang sekarang, dan interaksi lingkungan suatu unit sosial: individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.¹⁴ Dengan menggunakan jenis penelitian ini penulis berangkat langsung ke lapangan. Kali ini penulis meneliti di sebuah lembaga keuangan (perbankan) yaitu di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Penulis meneliti tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Penulis menggunakan jenis penelitian lapangan agar peneliti dapat mengetahui

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 2.

¹⁴ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), hlm. 22.

bagaimana peningkatan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB dari tahun ke tahun apakah mengalami peningkatan atau tidak.

2. Lokasi dan waktu penelitian

a. Lokasi

Lokasi penelitian bertempat di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Beralamat di Jl. Raya Barat No. 80, Kecamatan Jatibarang, Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah. Penulis memilih melakukan penelitian di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes karena penulis melihat data jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB dari tahun 2015- 2018 mengalami peningkatan setiap tahunnya.

b. Waktu

Waktu penelitian di mulai pada tanggal 07 Januari sampai dengan 06 Februari 2019.

3. Subyek dan obyek

Obyek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB dan subyek penelitiannya yaitu di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Jatibarang Brebes.

4. Data dan sumber data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data ini diambil melalui proses wawancara dan observasi. Data primer yang di dapatkan oleh penulis melalui wawancara dengan Pimpinan Cabang Pembantu BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes dan *Account Officer* di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Sedangkan observasi yang dilakukan penulis yaitu dengan pengamatan langsung mengenai strategi pemasaran dan kegiatan- kegiatan yang dilakukan BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes, khususnya di bagian *marketing*.

b Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen seperti data-data jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes, buku-buku tentang strategi pemasaran, serta foto-foto yang digunakan sebagai data tambahan untuk mendukung penelitian ini.

5. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik-teknik sebagai berikut:

a Observasi

Observasi merupakan dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja menggunakan data, yaitu fakta atau realita yang diperoleh melalui observasi.¹⁵ Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung mengenai strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes, khususnya di bagian *marketing*.

b Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui produk pembiayaan Mikro iB. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan Bapak Nasikhudin selaku Pimpinan Cabang Pembantu di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes dan Mba Fera selaku *Account Officer* di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes guna untuk mendapatkan informasi tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, (Bandunng: Alfabeta, 2016), hlm. 226.

c Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah dokumen yang telah ada dan tersedia yang nantinya digunakan untuk dipelajari pengetahuan dan fakta yang terjadi. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan dan gambar. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian lapangan. berkas-berkas atau dokumen yang dipandang mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti, dan data berupa gambar yang ada pada BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Brebes Jatibarang Brebes.

Sumber- sumber dokumentasi tersebut berasal dari arsip BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes, antara lain dokumen-dokumen seperti data jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro ib, formulir- formulir yang harus diisi nasabah dalam melakukan pembiayaan Mikro IB untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan dalam penelitian. Selain meminta informasi dari bank, penulis juga mengambil referensi dari internet untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan dalam penelitian.

6. Metode analisis data

Setelah semua data terkumpul baik data primer maupun data sekunder, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data secara kualitatif dengan deskripsi-analisis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan *variable* yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti. Dimana nantinya dari metode analisis data ini akan diperoleh kesimpulan.¹⁶

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subjek penelitian berdasarkan data yang diperoleh. Data-data yang

¹⁶ Cholid Narbuko, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT BumiAksara, 2009), hlm. 83.

diperoleh kemudian penulis analisis antara strategi pemasaran produk pembiayaan Mikro iB dan teori yang ada.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan tugas akhir ini pada garis besarnya terdiri atas empat bab, dan dari setiap bab terdiri dari beberapa Sub Bab. Untuk lebih jelasnya penulis paparkan untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian ini, secara garis besar penulis membaginya menjadi empat bab.

Bab I adalah pendahuluan, pendahuluan berisi pembahasan awal yang dipaparkan secara global yakni berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah landasan teori, pada bab ini membahas mengenai penelitian terdahulu sekaligus pembahasan umum yang berhubungan dengan judul.

Bab III adalah hasil dan pembahasan, bab ini akan mengupas gambaran umum BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes. Sedangkan untuk pembahasan berisi tentang strategi apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes dan bagaimana peningkatan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes setelah diterapkan strategi-strategi tersebut.

Bab IV merupakan kesimpulan dan saran, bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan atau jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian tersebut dan berisi saran-saran.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB Di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang digunakan BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes yaitu menggunakan bauran pemasaran (*Marketing mix*), yaitu:
 - a. Strategi produk, BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes menawarkan produk jasa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Setiap produk BRI Syariah juga mempunyai keunggulan.
 - b. Strategi harga, BRI Syariah dalam mengelola produknya terutama produk pembiayaan Mikro mempunyai harga yang murah, pembiayaan Mikro 25 iB marginnya 0.9%, Mikro 75 iB marginnya 1% sedangkan untuk Mikro 200 iB marginnya 1,2%.
 - c. Strategi lokasi, BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes mempunyai letak yang strategis yaitu terletak di dekat pasar jatibarang yang mudah untuk dijangkau oleh masyarakat.
 - d. Strategi promosi, promosi yang digunakan BRI Syariah yaitu menggunakan media cetak seperti membagikan brosur, melalui media elektronik (web BRI Syariah), menggunakan metode grebek pasar, dan menggunakan metode *door to door*.
 - e. Strategi *people* (orang), karyawan di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes dalam memasarkan produk pembiayaan Mikro iB menggunakan etika yang baik dan sopan terhadap nasabah dan calon nasabah, dalam memaparkan produknya juga mudah di mengerti dan jelas.
 - f. *Process* (proses), proses dalam mendapatkan nasabah antara lain melalui prospek, olah data, analisa, presentasi ke pimpinan, pencairan.

- g. *Physical evidence* (bukti fisik), bukti fisik yang mendukung BRI Syariah dalam memasarkan produk pembiayaan Mikro iB adalah fasilitas-fasilitas dan aset yang dimiliki BRI Syariah KCP Jatibarang untuk kenyamanan para nasabah dan karyawannya.
2. Perkembangan jumlah nasabah produk pembiayaan Mikro iB dari tahun 2015-2018 BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah nasabah disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah strategi pemasaran yang berhasil dan rasa kesadaran nasabah yang membutuhkan pembiayaan Mikro iB untuk menambah modal usahanya.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes, maka peneliti memberikan saran kepada BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes untuk kedepannya, antara lain:

1. BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes harus lebih giat dalam mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas sehingga masyarakat dapat memahami produk-produk yang ada di BRI Syariah dan lebih mendekatkan diri kepada masyarakat sehingga pihak bank dapat mengetahui produk apa saja yang dibutuhkan masyarakat.
2. Untuk meningkatkan upaya strategi pemasaran khususnya untuk strategi promosi, perlu menambah jumlah pegawai khususnya *marketing* sehingga dapat memperluas segmentasi pasar dan dapat meningkatkan jumlah nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Antonio, Syafi'i Dan Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Dan Praktik*. Jakarta. Gema Insani.
- Assauri, Sofjan. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- David, Huner J dan L, Wheelen Thomas. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta. Andi.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, S.P, Malayu. 2017. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ismail. 2011. *Perbankan syariah*. Jakarta: kencana.
- Karim, A Adiwarmar. 2010. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grofindo Persada.
- Kasmir, 2007. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grofindo Persada.
- Kasmir, 2005. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grofindo Persada.
- Narbuko, Cholid. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT BumiAksara.
- Remy Sjahdeini, Sutan. 2014. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Rivai Zaenal, Viethza, Djaelani, Firdaus, dkk. 2017. *Islamic Marketing Management. Jakarta*. PT Bumi Aksara.
- Siagian, P Sodang. 1998. *Manajemen Strategik*. Jakarta: BUMI AKSARA.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: liberty Yogyakarta.
- Suyanto, M. 2007. *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suryani, Tatik. 2017. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenamedia Group.

Suryabrata, Sumadi. 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grofindo.

Tampuboon, P Manahan. 2003. *Manajemen Operasional (Operations Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Non Buku:

Afad Zainudin, “Tugas Akhir Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

Brosur produk pembiayaan Mikro iB di BRI Syariah.

Dokumen BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes.

Dokumen BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes Tahun 2012.

Farah Anzela, Tugas Akhir Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRISyariah IB di BRI Syariah KC Purwokerto”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

Linda Atikasari “Tugas Akhir strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah melalui kualitas produk tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Ajibarang”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

Muchammad Alan Maulana, “Tugas Akhir Implementasi Bauran Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Mikro (Mikro IB) Pada PT. Bank BRI Syariah, Tbk. Cabang Batu”, (malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2018).

Nurfauzi uzi hidayah “Tugas akhir strategi pemasaran produk tabungan qurban di BPRS Suriyah Kantor Cabang Slawi-Tegal”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2016).

Syafiatul Khusnaeni Kurniasih,” Tugas Akhir Strategi Pemasaran Tabungan Basirah di BPRS Bina Amanah Satria Purwokerto”, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017).

Wawancara dengan Bapak Nasikhudin selaku Pimpinan Cabang Pembantu BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes pada 16 April 2019.

Wawancara dengan Mba Fera selaku *Account Officer* di BRI Syariah KCP Jatibarang Brebes pada 20 Juni 2019.