

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PADA PEMBIAYAAN *MURĀBAḤAH* DI KSPPS BMT
HANADA QUWAISH KALISALAK KEBASEN, BANYUMAS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Oleh :
RIKY NURSAFITRI
NIM : 1617203038

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riky Nursafitri
NIM : 1617203038
Jenjang : Diploma III / D III
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : D III Manajemen Perbankan Islam
Judul : **Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada
Pembiayaan Murabahah Di KSPPS BMT Hanada Quwaish
Kalisalak Kebasen, Banyumas**

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

Purwokerto, 25 Juli 2020

Yang menyatakan,



Riky Nursafitri
NIM. 1617203038



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 MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KSPPS HANADA QUWAISH KALISALAK KEBASEN, BANYUMAS

Yang disusun oleh Saudari **Riky Nursafitri NIM. 1617203038** 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 **10 Agustus 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Saifani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S. E., M. Si
NIP. 19920613 201801 2 001

Pembimbing/Penguji

In Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 26 Oktober 2020



Ditandatangani/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19530921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

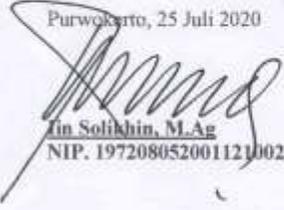
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan Tugas Akhir dari Riky Nursafitri, NIM 1617203038 yang berjudul:

**STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
PADA PEMBIAYAAN MURABAHAH DI KSPPS BMT HANADA QUWAISH
KALISALAK KEBASEN, BANYUMAS**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 25 Juli 2020


Tin Solikhin, M.Ag
NIP. 197208052001121002

STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PEMBIAYAAN MURĀBAḤAH DI KSPPS BMT HANADA QUWAISH KALISALAK KEBASEN, BANYUMAS

Riky Nursafitri

Email: rikynursafitri728@gmail.com

Program Study Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BMT, diperlukannya strategi marketing. Begitu pula dengan KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen memerlukan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah nasabah pada setiap produk-produknya, khususnya pada produk pembiayaan *murābahah*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh lokasi KSPPS BMT Hanada Quwaish yang berada di area UMKM, sehingga berpeluang besar bagi peningkatan jumlah nasabah khususnya pada produk pembiayaan *murābahah*. Pembiayaan *murābahah* merupakan fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah dalam pendirian usaha atau pengembangan usaha. Maka peneliti penasaran akan strategi pemasaran yang digunakan untuk mendapatkan anggota/nasabah demi mengembangkan usahanya

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing sebagai upaya meningkatkan jumlah anggota produk *murābahah* di BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.

Hasil yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini yaitu strategi pemasaran yang digunakan di BMT Hanada Quwaish dalam meningkatkan jumlah nasabah produk *murābahah* yaitu menggunakan strategi jemput bola. Jemput bola adalah kegiatan menjalin hubungan dengan anggota dimana pemasar mendatangi anggota untuk memasarkan produknya. Adapun strategi lain yang digunakan yaitu bekerjasama dengan lembaga/instansi, melakukan grebeg pasar serta layanan telepon dan SMS.

Kata kunci : Strategi Marketing, KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen.

MARKETING STRATEGY IN INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS IN MURABAHA FINANCING IN KSPPS BMT HANADA QUWAISH KALISALAK KEBASEN, BANYUMAS

ABSTRACT

In order to increase customers' Numbers at BMT, the need for sales strategies is needed. Similarly, KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen needs a marketing strategy to increase the number of customers on each of its products, especially on the *murābahah* financing products. The study is based on the background of the KSPPS BMT Hanada Quwaish in the UMKM area, which provides a good chance of increasing the number of customers especially on the product of financing for the *murābahah*. *Murābahah* financing is a financing facility intended for customers in establishing a business or developing a business. The researcher is curious about the marketing strategy used to get members/ customers to develop their business.

The aim of this study is to figure out how marketing strategies are to increase the number of members of the *murābahah* product at BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas. The study is a field research with a qualitative approach. Data collection in this study uses methods of observation, interview and documentation. The research site was conducted at BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.

The conclusion to this study is that the marketing strategy used at BMT Hanada Quwaish in increasing the number of *murābahah* product customers using the fetch ball strategy. Pickup is an activity of establishing relationships with members where marketers come to members to market their products. As for other strategies used in cooperation with agencies, market grees, and telephone and services.

Keywords: Marketing Strategy, KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahil'alamin, penulis persembahkan karya ini kepada:

Kedua orang tua penulis, Bapak Sutiran dan Ibu Martini beserta 2 saudara kandungku Ranti Nur Arida dan Cita Lestari, yang senantiasa mendampingi dan memberikan dukungan moril maupun materil, doa, serta motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan Tugas Akhir

H.Muhammad Zuhri dan Ibu Ani selaku pengasuh Ponpes Sirojudin, yang senantiasa memberikan nasihat, doa, dorongan serta bimbingan kepada penulis. Terima kasih atas semuanya.

Untuk sahabat-sahabatku Indah Eka Novita Sulistyani, Devi Septianingrum, Destya Sandra Dewi dan Lutfia Zakiya, terima kasih atas semua motivasi, dukungan, dan supportnya sehingga penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, dan terima kasih karena kalian selalu ada disaat duka maupun duka.

Untuk Teman-teman DIII Manajemen Perbankan Syariah angkatan 2016 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak.

Untuk Keluarga besar dirumah yang telah memberikan nasihat, dorongan, doa dan semangat kepada penulis serta mendukung dan memotivasi bagi penulis, terima kasih banyak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan *Murābahah* di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas” tanpa suatu halangan yang berarti. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya dan pengikutnya sampai 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 Syari’ah.

Ucapan terimakasih sepenuh hati penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan dan bantuan apapun yang sangat besar kepada penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Dr. KH. Mohammad Roqib, M. Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
2. Dr. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP.M.Si. Selaku Ketua Jurusan Perbankan Syari’ah
7. Iin Solihin, M.Ag. Selaku dosen pembimbing dalam penyusunan tugas akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin

8. Pak Nasrul Azis selaku Manajer KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen, Banyumas yang telah menyediakan tempat untuk laporan tugas akhir bagi penulis.
9. Segenap karyawan KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen, Banyumas yang selalu memberikan pengarahan selama penelitian laporan tugas akhir.
10. Seluruh dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
11. Kepada kedua orangtuaku, Bapak Sutiran dan Ibu Martini terimakasih atas kekuatan usaha dan doa yang senantiasa mengiringi perjalanan penulis dalam menyelesaikan studi. Serta kepada saudara dan keluarga besar penulis.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Dengan segala kemampuan dan keterbatasan, penulis telah semaksimal mungkin menyelesaikan laporan tugas akhir ini dan tentunya tak lepas dari kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membantu.

Purwokerto, 25 Juli 2020



Riky Nursafitri
NIM. 1617203038

MOTTO

“Dimana ada kemauan disitulah ada jalan, hiduplah penuh dorongan untuk hari ini
dan setiap hari”



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	S	Š
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	H	Ĥ
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	dal	D	De
ذ	Žal	Z	Ž
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Şad	S	Ş
ض	d'ad	D	Ḍ
ط	ṭa'	T	Ṭ
ظ	z'a'	Z	Ẓ
ع	'ain '.....	'
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	We
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Vokal

1. Vokal Tunggal (Monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, literasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ – *kataba*

يَذْهَبُ – *yadzhabu*

فَعَلَ – *fa'ala*

سُئِلَ – *su'ila*

2. Vokal Rangkap (Diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـِـي	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
ـِـو	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh:

كَيْفَ – *kaifa*

هَوَّلَ – *hauila*

Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
يَ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
وُ	<i>dhammah</i> dan <i>wawu</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ – *qāla*

قِيلَ – *qīla*

رَمَى – *ramā*

يَقُولُ – *yaqūlu*

Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapatkan harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dhammah*, transliterasinya adalah /t/.

- b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapatkan harakat *sukun*, transliterasinya adalah /h/.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

روضۃ الأطفال	<i>Raudah al-Atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Talhah</i>

Syaddah (*Tasydid*)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا – *rabbana*

نَزَّلَ – *nazzala*

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf

/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل – al-rajulu

القلم - al-qalamu

Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	النوء	<i>An-nau'lu</i>

Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وإن الله لهو خير الرزقين : *wa innallaha lahuwa khair ar-raziqin*

فأفوالكيل و الميزان : *fa aufu al-kaila wa al-mizan*

Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول : *Wa ma Muhammadun illa rasul*

ولقد راه بالافق المبين : *Wa laqad raahu bi al-ulfuq al-mubin*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
MOTTO	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Maksud dan Tujuan Penelitian Tugas Akhir	6
D. Metode Penelitian Tugas Akhir	7
1. Jenis Penelitian	7
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
3. Subjek dan Objek	8
4. Sumber Data	8
5. Teknik Pengumpulan Data	8
6. Metode Analisis Data.....	10
E. Sistematika Laporan Tugas Akhir	11

BAB II	LANDASAN TEORI	13
A.	Kajian Pustaka.....	13
1.	Tinjauan Tentang Strategi Marketing.....	13
a.	Pengertian Strategi Marketing.....	13
b.	Proses Dalam Pemasaran Bank.....	20
c.	Tahap Pemasaran	24
B.	Tinjauan Tentang Pembiayaan <i>Murābahah</i>	31
1.	Pengertian <i>Murābahah</i>	32
2.	Syarat dan Rukun <i>Murābahah</i>	36
3.	Tujuan <i>Bai' murābahah</i>	37
4.	Manfaat <i>Bai' murābahah</i>	37
5.	Resiko Pembiayaan <i>Murābahah</i>	37
C.	Penelitian Terdahulu	38
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A.	Gambaran Umum KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen	44
1.	Sejarah Berdirinya KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	44
2.	Visi dan Misi KSPPS BMT Hanada Quwaish	46
3.	Produk-produk KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	47
4.	Struktur Organisasi KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	52
5.	Fungsi dan Tugas Bagian Tempat Badan Pengurus	52
6.	Sistem Operasional dan Produk-produk KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	55
B.	Pembahasan	56
1.	Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan <i>Murābahah</i> di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.....	61

BAB IV PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



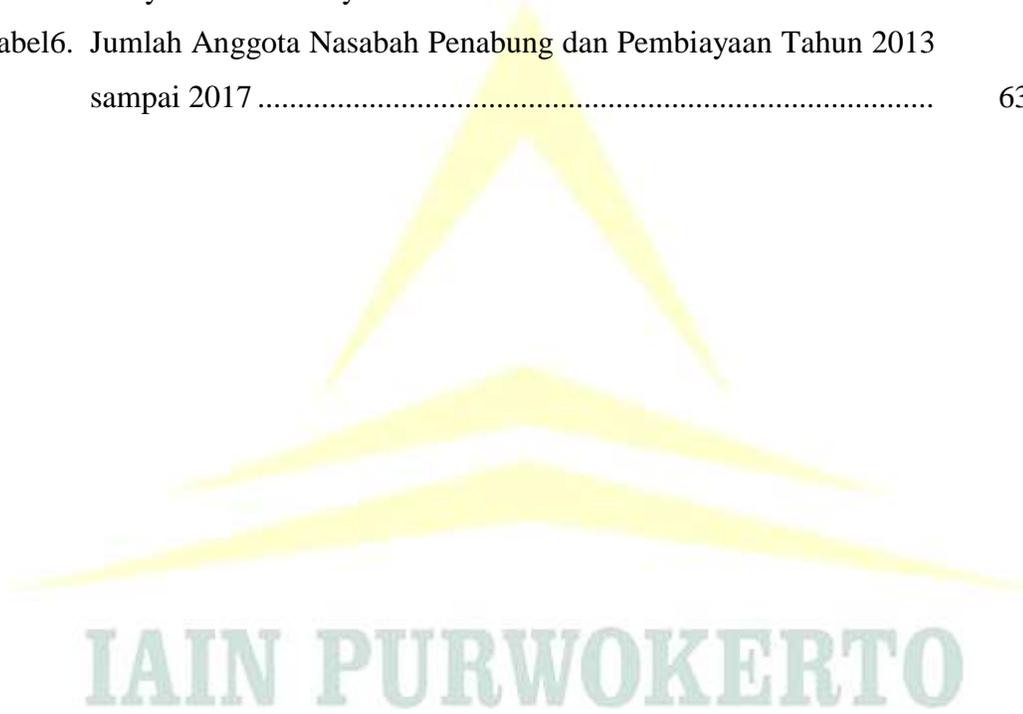
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Struktur Organsasi KSPPS BMT HanadaQuwaish.....	55
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Anggota Nasabah KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	4
Tabel 2..Jumlah Anggota Penabung KSPPS BMT Hanada Quwaish.....	5
Tabel 3. Jumlah Anggota Pembiayaan KSPPS BMT Hanada Quwaish Menurut Jenisnya	5
Tabel 4. Syarat Pembukaan Tabungan	52
Tabel 5. Persyaratan Pembiayaan	53
Tabel6. Jumlah Anggota Nasabah Penabung dan Pembiayaan Tahun 2013 sampai 2017	63



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Form Pembiayaan
- Lampiran 3 Aplikasi Pembukaan Rekening
- Lampiran 4 Formulir Survei Nasabah
- Lampiran 5 Brosur KSPPS BMT Hanada Quwaish
- Lampiran 6 Slip Penarikan
- Lampiran 7 Slip Setoran
- Lampiran 8 Blanko Bimbingan
- Lampiran 9 Sertifikat PKL
- Lampiran 10 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 11 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 12 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 13 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman lembaga perbankan mengalami kemajuan yang pesat. Tidak hanya pada bank konvensional, tetapi bisa pada bank syariah. Sebelum ada lembaga simpan pinjam syariah, masyarakat dalam upayanya menambah modal usaha yaitu dengan cara meminjam kepada lembaga simpan pinjam konvensional yang beban bunganya cukup tinggi serta akses sumber pendanaan yang agak sulit bagi masyarakat. Sehingga dirumuskan sistem keuangan yang lebih sesuai dengan kondisi usaha kecil dan sesuai dengan prinsip syariah. (Muhammad Syafii Antonio, 2001:25).

Di Indonesia sendiri setelah berdirinya Bank Muamalat Indoensia (BMI) sebagai bank syariah pertama, timbul peluang untuk mendirikan bank-bank yang berprinsip syariah. Operasionalisasi BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil dan menengah, maka muncul usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro seperti BPR Syariah dan BMT yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasional daerah (Nurul Huda dan Mohamad Heykal, 2010:263).

Dalam perkembangannya lembaga keuangan syariah, dikenal tiga institusi keuangan yang menggunakan istilah yang hampir sama, yaitu Baitul Maal, Baitul Tamwil, dan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan (Neni Sri Imaniyati, 2000:71).

Baitul Mal wa Tamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-māl wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong

kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, kemudian menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat (Nurul Huda, 2016).

BMT didirikan dan dikembangkan dengan suatu proses legalitas hukum yang bertahap, pertama dapat dimulai sebagai KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat), dan jika telah mencapai nilai aset tertentu maka harus menyiapkan diri ke dalam Badan Hukum Koperasi. Status hukum KSM-BMT dalam peraturan perundang-undangan nasional dapat dikaitkan dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Pokok Perbankan dalam pasal 46. BMT diarahkan untuk berbadan hukum koperasi mengingat BMT berkembang dari kelompok swadaya masyarakat. Selain itu, dengan berbentuk koperasi, BMT dapat berkembang ke berbagai sektor usaha keuangan dan sektor riil (Ahmad Dahlan Rosyidin, 2004:20). Sebagai contoh data jumlah nasabah pembiayaan pada salah satu KSPPS BMT Hanada Quwaish pada tahun 2016-2018, dapat kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Data Jumlah Anggota Nasabah Pembiayaan di KSPPS BMT Hanada Quwaish

No.	Tahun	Anggota Nasabah Pembiayaan
1.	2016	15
2.	2017	35
3.	2018	57

Untuk dapat memberikan berbagai macam pembiayaan kepada banyak nasabah dalam jumlah yang besar, maka diperlukan dana yang besar pula. Dana tersebut bersumber dari dana simpanan para nasabah. Terkait dengan pengumpulan dana simpanan, BMT berkreasi menciptakan berbagai macam simpanan. Untuk bisa menyalurkan dana hasil simpanan tersebut, BMT kemudian mengembangkan berbagai macam pembiayaan. Pembiayaan merupakan aktivitas yang sangat penting karena dengan pembiayaan akan diperoleh sumber pendapatan utama yang menjadi penunjang kelangsungan

usaha BMT. Oleh karena itu, pengelolaan pembiayaan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sehingga tidak akan menimbulkan permasalahan yang berakibat berhentinya usaha BMT. (Nurul Huda, 2016)

Selain pemberian pembiayaan kepada nasabah sebagai sumber pembentukan kelayakan dan pendapatan yang dapat menjamin kelangsungan kegiatan usaha, BMT juga harus memiliki kompetensi dan profesionalisme dalam pengelolaannya. BMT merupakan salah satu media dakwah di bidang ekonomi agar masyarakat memahami kesempurnaan syariat Islam dalam mengatur tatanan perikehidupan. Keunikan yang terdapat dalam BMT adalah menyatunya unit bisnis dan unit sosial dalam satu wadah. Oleh karena itu, dalam pengelolaannya diperlukan keseriusan dan keprofesionalan agar berhasil dalam mencapai tujuan. Salah satu kunci keberhasilan pengembangan usaha mikro, termasuk BMT, adalah pada aspek *community based business*. Artinya, bisnis dibangun berdasarkan pendekatan komunitas, atau dalam pengertian lain yaitu aspek pemasaran (Nurul Huda, 2016).

Sebagai contoh data jumlah nasabah pembiayaan pada salah satu KSPPS BMT Hanada Quwaish dalam kurun waktu 3 tahun yaitu pada tahun 2016-2018, dapat kita lihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Data Jumlah Anggota Nasabah Pembiayaan di KSPPS BMT Hanada Quwaish Menurut Jenisnya

No.	Jenis Pembiayaan	Jumlah Anggota		
		2016	2017	2018
1.	Murah	13	26	47
2.	Qardh	1	4	7
3.	Ijarah	1	5	3

Pada tahun 2013, telah didirikan BMT Hanada Quwaish yang beralamat di Jalan Raya Kalisalak 27, Kebasen, Banyumas. Pendirian KSPPS BMT ini dilatar belakangi karena pada daerah tersebut belum ada lembaga keuangan berbasis syariah. Pendirian KSPPS BMT ini mendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar yang mayoritas beragama Islam. Kegiatan utama dari

KSPPS BMT Hanada Quwaish ini adalah mengembangkan usaha–usaha produktif dan investasi dalam rangka meningkatkan ekonomi pengusaha kecil dan mitra bisnis. Untuk tersebut antara lain dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi untuk masyarakat di lingkungan sekitar.

Tabel 3. Data Jumlah Anggota Nasabah di KSPPS BMT Hanada Quwaish

No.	Tahun	Anggota
1.	2016	99
2.	2017	143
3.	2018	137
Jumlah		379

Lokasi daerah Kalisalak, Kebasen Banyumas yang kurang strategis tidak menjadi masalah yang terlalu besar namun justru menjadikannya peluang untuk mendirikan KSPPS BMT Hanada Quwaish yang saat ini menjadi lembaga keuangan syariah satu-satunya di daerah Kalisalak, Kebasen Banyumas. Letaknya yang jauh dari perkotaan dan cukup sulit diakses apabila dari arah Purwokerto namun mudah dari arah Cilacap. Faktor geografis ini justru yang menjadikan peluang untuk merekrut anggota/calon anggota yang tinggal di daerah tersebut yang merasa kesulitan saat ingin melakukan pembiayaan karena jauh dari daerah perkotaan. Sehingga KSPPS BMT Hanada Quwaish ini menjadi sangat terasa manfaatnya.

Dalam menjalankan usahanya, KSPPS BMT Hanada Quwaish memiliki berbagai variasi produk diantaranya pada produk Tabungan seperti Tabungan Hanada, Tabungan Pariwisata dan ziarah, Tabungan Hajatan/Walimah, Tabungan Pendidikan, Simpanan Bersalin, Tabungan Pensiun, Tabungan Haji dan Umroh serta Tabungan Berjangka Muḍārabah. Sedangkan pada Produk Pembiayaan diantaranya yaitu Pembiayaan Muḍārabah, Pembiayaan Murābahah dan Pembiayaan Talangan.

Banyaknya variasi produk di KSPPS BMT Hanada Quwaish merupakan sebuah upaya perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya pada sektor keuangan dengan memenuhi kebutuhan anggota/calon anggota untuk menyimpan kelebihan dananya di KSPPS BMT Hanada Quwaish dan dengan demikian kelebihan dana tersebut dapat menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi.

Diantara banyaknya variasi produk di KSPPS BMT Hanada Quwaish, produk pembiayaannya yang paling diminati oleh masyarakat adalah produk pembiayaan “Murābahah”. Produk ini merupakan produk yang termasuk diminati di KSPPS BMT Hanada Quwaish dan menjadi produk favorit di kalangan masyarakat. “Murābahah” merupakan produk pembiayaan yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan mendesak dengan berbagai keunggulan diantaranya yaitu jaminan yang mudah, setoral yang ringan, serta cocok untuk semua kalangan.

Pada dunia perbankan, strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang dituju pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: (1) produk *Funding* (penghimpunan dana); (2) orientasi pada pelanggan; (3) peningkatan mutu layanan; dan (4) meningkatkan *fee based income*. Dengan demikian strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah (Muhammad, 2011:227). Oleh karena itu strategi marketing harus diterapkan. Strategi marketing harus memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang kegiatan yang akan dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasaran.

Dari uraian tersebut penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam bagaimana strategi marketing yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada salah satu produk *financing* di BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen yaitu Produk Pembiayaan Murābahah. Dalam kegiatan memasarkan produk ini BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen menggunakan berbagai

strategi pemasaran diantaranya yaitu melalui strategi pick up the ball (jemput bola), grebeg pasar, layanan sms/whatsapp.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis tertarik untuk membahas bagaimana strategi marketing pembiayaan Murābahah di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas. Dengan demikian melalui laporan penelitian Tugas Akhir ini penulis mengambil judul **Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murābahah di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah adalah Bagaimana Strategi Marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan Murābahah di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.

C. Maksud dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Penulisan tugas akhir dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan Murābahah di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, dan selain itu juga dapat menambah anatar lain:

1. Bagi penulis
 - a. Menambah wawasan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di IAIN Purwokerto Prodi Manajemen Perbankan Syariah.
 - b. Mengetahui bagaimana penerapan ilmu yang diperoleh di IAIN Purwokerto pada realitanya yang terjadi di lapangan.
 - c. Memberikan pelajaran berharga bagi mahasiswa, sehingga memiliki wawasan, keterampilan dan keahlian mengenai dunia kerja.
 - d. Sebagai syarat untuk meraih gelar Ahli Madya pada program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.

2. Bagi Bank

- a. Mengembangkan kemitraan dan kerja sama melalui kegiatan magang kerja mahasiswa dan pelatihan kerja.
- b. Membina hubungan kemitraan antara BMT Hanada Quwais Sembada Kalisalak Kebasen dan IAIN Purwokerto.
- c. Memberikan informasi dan evaluasi kinerja karyawan dari hasil observasi mahasiswa.

3. Bagi Akademisi

- a. Menambah wawasan dan dapat menjadi bahan referensi atau acuan penelitian bagi penulis selanjutnya kepada mahasiswa IAIN Purwokerto, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b. Menambah kepustakaan dan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengangkat permasalahan yang sama.

D. Metode Penelitian Tugas Akhir

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 (Sugiyono, 2014).

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru karena populasinya belum lama, dinamakan metode postpositivistik karena berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Metode ini disebut sebagai metode artistic karena proses penelitian lebih bersifat seni, dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2014).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen. Beralamat di Jl. Raya Kalisalak 27, Kebasen, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 11 Februari sampai dengan 08 Maret 2019.

3. Subyek dan Obyek

Subjek penelitian ini adalah marketing di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen. Objek penelitian ini adalah Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan Murābahah. Studi kasus di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.

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, data survey dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari bahan kepustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip, 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 metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dilakukan

secara langsung maupun tidak langsung (Ahmad Tanzeh, 2011). Observasi langsung dilakukan terhadap objek di tempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa, sehingga observer berada bersama objek yang diselidiki. Sedangkan observasi tidak langsung adalah pengamatan yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu peristiwa yang akan diselidiki (Hadari Nawawi, 1998:100).

Dalam observasi ini, penulis mengambil data dengan cara mengamati dan mencermati aktivitas yang dilakukan oleh KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen. Adapun target dengan menggunakan teknik ini adalah mengetahui bagaimana strategi marketing dalam meningkatkan jumlah nasabah pada pembiayaan Murabahah di BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen, Banyumas.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi (Nasution, 2014:113).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. Untuk mendapatkan informasi secara lebih lengkap guna keperluan data-data penelitian untuk laporan Tugas Akhir, penulis melakukan wawancara langsung dengan Mansyur selaku pegawai kantor bagian Marketing Financing di BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen. Banyumas.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah ada. Metode ini dilakukan dengan melihat dokumen-dokumen resmi seperti monografi, catatan-catatan serta buku-buku peraturan yang ada (Ahmad Tanzeh, 2011)

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data-data penelitian dengan mencatat semua keterangan dari bahan-bahan, dokumen, dan

catatan yang ada relevansinya dengan penelitian di KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak, Kebasen. Banyumas. Dalam pelaksanaan mengumpulkan dan meneliti dokumen-dokumen seperti letak, struktur organisasi, produk-produk, dan sebagainya.

6. Metode analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2015).

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Miles dan Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2015).

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

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. (Sugiyono, 2015).

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

b. Penyajian data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan *mendisplaykan* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Sugiyono, 2015).

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan 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. (Sugiyono, 2015).

E. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

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 sebagai berikut:

Untuk memudahkan dalam pembahasan penelitian ini, secara garis besar penulis membaginya menjadi lima bab. Adapun sistematikanya sebagai 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 proposal

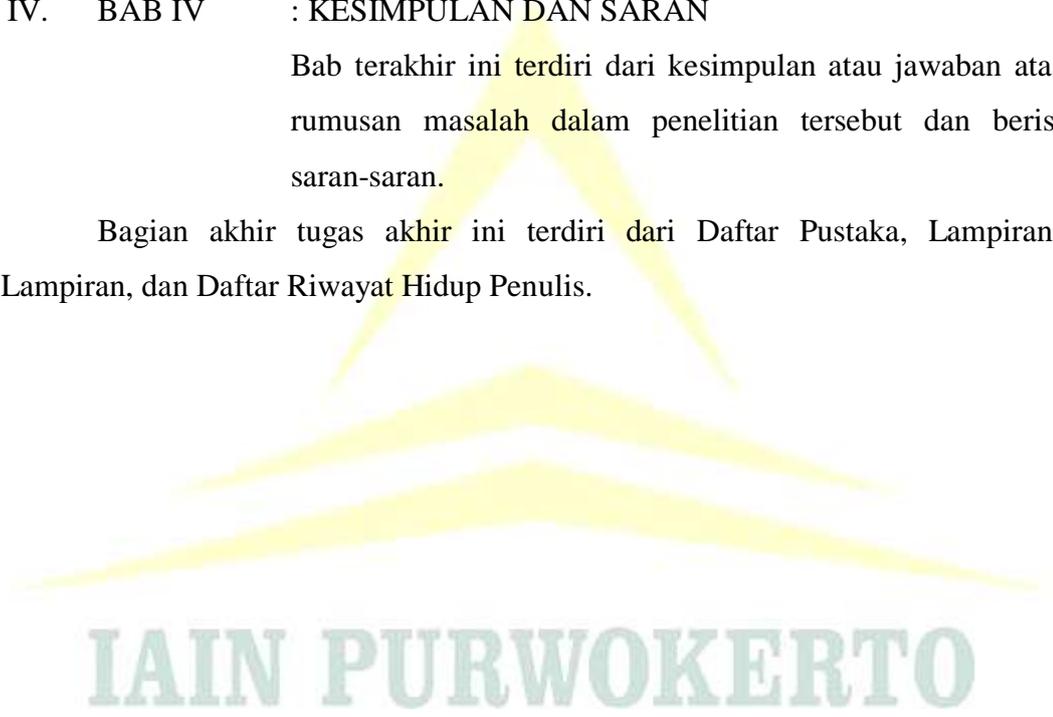
III. BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengupas gambaran umum KSPPS BMT Hanada Quwaish, Kalisalak, Kebasen, Banyumas sistem operasional dan produk-produk bank tersebut serta pemaparan data dan analisis.

IV. BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

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

Bagian akhir tugas akhir ini terdiri dari Daftar Pustaka, Lampiran-Lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.



IAIN PURWOKERTO

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Hanada Quwaish dalam memasarkan produk *murābahah* adalah dengan menggunakan strategi pemasaran umum dan menyeluruh yang dirangkum menjadi perencanaan strategi pemasaran. Dimana perencanaan ini meliputi enam tahap yaitu: analisis peluang pasar/kesempatan pasar, pemilihan sasaran pasar, strategi peningkatan posisi persaingan, pengembangan system pemasaran, pengembangan rencana pemasaran serta penerapan rencana dan pengendalian penerapannya.

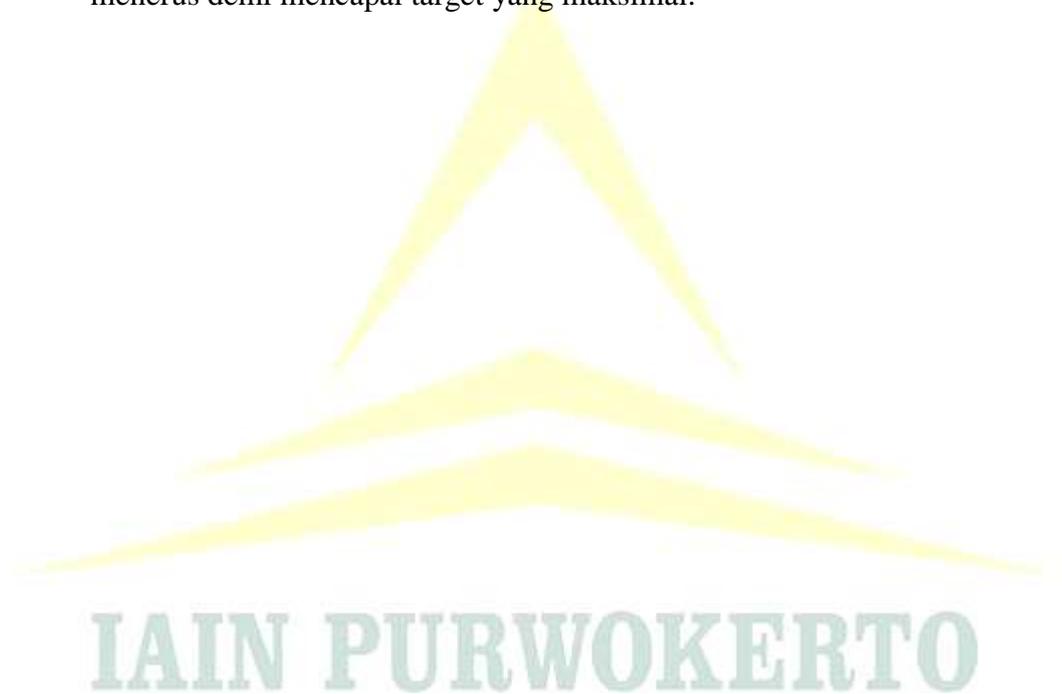
Dalam penerapannya, strategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen adalah *pick up the ball* (jemput bola), bekerjasama dengan instansi, grebeg pasar dan layanan Telepon SMS/WhatsApp. Sistem jemput bola merupakan kegiatan menjalin hubungan dengan anggota dimana marketing mendatangi langsung anggota untuk memasarkan produknya. Bekerjasama dengan instansi merupakan melakukan suatu mitra antara BMT dengan instansi terkait baik instansi negeri maupun swasta. Grebek pasar merupakan kegiatan mengenalkan, mempromosikan dan pencarian anggota baru pada pasar tradisional. Serta layanan Telepon SMS/WhatsApp merupakan layanan saling berkirim pesan demi memudahkan komunikasi untuk melakukan transaksi.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Strategi marketingnya juga harus lebih ditingkatkan lagi supaya menjadi lembaga keuangan syariah kepercayaan masyarakat yang berada di kabupaten Banyumas.

2. Bagi KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen sebaiknya memperluas wilayah tujuan anggota pembiayaan, agar dapat menambah jumlah nasabah.
3. Bagi KSPPS BMT Hanada Quwaish Kalisalak Kebasen menambah sumber daya manusia yang professional agar dapat meningkatkan kegiatan marketing guna meningkatkan jumlah nasabah.
4. Mempertahankan anggota yang potensial dengan menciptakan hubungan kekeluargaan antara pihak anggota dengan pihak BMT Hanada Quwaish.
5. Diharapkan penerapan dari strategi marketing dapat berkembang terus menerus demi mencapai target yang maksimal.



DAFTAR PUSATAKA

- Antonio, Muhammad Syafii, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta:Gema Insani Press, 2001.
- Asiyah, Binti Nur. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta : Teras, 2014.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar: Konsep dan Strategi*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Ahmad Dahlan Rosyidin, *Lembaga Mikro dan Pembiayaan Mudharabah* Yogyakarta: Global Pustaka Utama, 2004
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Cholid Narbuko, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Gaspersz, Vincent. *Marketing Excellence Publication*, Bogor: Vinchristo, 2012.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hasan, Umar. *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Huda, Nurul, et al., *Baitul Mal Wa Tamwil: Sebuah Tinjauan Teoritis*, Jakarta: Amzah, 2016.
- Huda, Nurul. *Baitul Mal Wa Tamwil*, Jakarta: Amzah, 2016.
- Imaniyati, Neni Sri, *Aspek-Aspek Hukum BMT*. Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2000.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Kartajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kasmir, *Pemasaran Bank, Edisi Revisi, Cet. Ke-3* Jakarta : Kencana, 2008.
- _____. *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- _____. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2008..
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing, Cetakan III*, Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2006.

- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. *Dsar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003.
- Kotler, Philip dan Paul N. Bloom. *Teknik dan Strategi Memasarkan Jasa Profesional*, Jakarta : PT. Midas Surya Grafindo, 1987.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, (Terjemahan Jilid 1), Jakarta : Prenhalindo, 1997.
- Rangkuti, Freddy. *Riset Pemasaran*, Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,1997.
- Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Solihin. Ismail. *Manajemen Strategi*, Jakarta : Erlangga, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sujarweni, V. Wirata. *Analisis Laporan Keuangan*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.
- Sumarni, Murti *Marketing Perbankan*, Yogyakarta : Liberty, 1997.
- _____. *Manajemen Pemasaran Bank*, Ediasi Revisi, Yogyakarta : Liberty Yogyakarta, 2002.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Tjiptono, Fandy Strategi Pemasaran, Yogyakarta : ANDI, 2008..
- _____. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- _____. *Strategi Pemasaran Jasa*, Malang: Banyu Media Publishing, 2006.
- _____. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997.
- _____. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2012.
- Widiyanto bin Mislan Cokrohadisumarto, *BMT: Praktik dan Kasus*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Winardi. *Entrepreneur dan Enterepreneurship*, Jakarta : Kencana, 2004.
- Wiroso, *Jual Beli Mura>bah}ah*, Yogyakarta : UII Press, 2005.

Sumber lain:

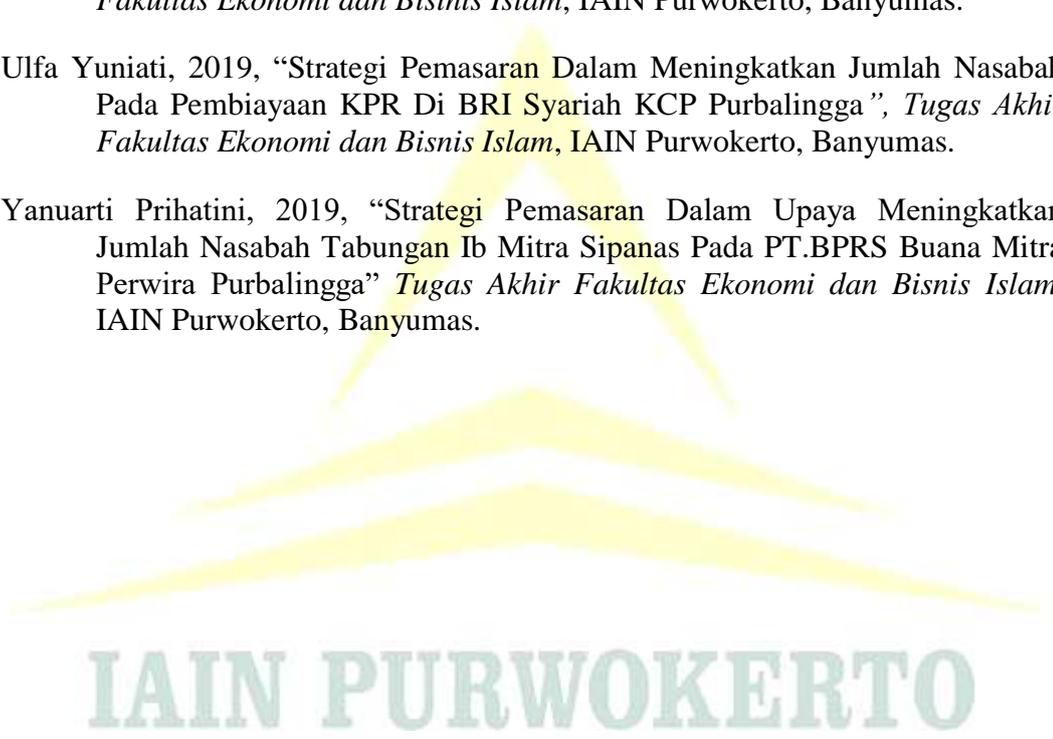
Ani Ngazizah, 2018, “Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Insani di PT.BPRS GUNUNG SLAMET Cilacap” *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.*

Artinah, 2016, “Implementasi Strategi Marketing untuk Mencapai Target Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Deposito di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tegal” *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.*

Marsinah, 2016, “Strategi Marketing Pembiayaan Griya BSM dalam Upaya Pencapaian Target di Bank Syariah Mandiri Cabang Tegal” *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.*

Ulfa Yuniati, 2019, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pembiayaan KPR Di BRI Syariah KCP Purbalingga”, *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.*

Yanuarti Prihatini, 2019, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Mitra Sipanas Pada PT.BPRS Buana Mitra Perwira Purbalingga” *Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.*



IAIN PURWOKERTO