

**STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA PENINGKATAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN IB TASYA WADIAH BPRS SURIYAH
SEMARANG**



TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

Disusun oleh :

Muhammad Fadkhan

112503046

**PROGRAM DIII PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2014

Heny Yuningrum, SE, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Walisongo Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) sks

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Saudara Muhammad Fadkhan

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah

di tempat.

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti, mengadakan koreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Muhammad Fadkhan

NIM : 112503046

Jurusan : Diploma III Perbankan Syari'ah

Judul : **“STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA**

PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN IB

TASYA WADIAH BPRS SURIYAH SEMARANG”

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing, Mei 2014



Heny Yuningrum, SE, M.Si
NIP :19810609 200710 2 005



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka, Km.02 Ngaliyan Telp. / Fax. (024) 7601291 Semarang

PENGESAHAN

Atas Nama : Muhammad Fadkhan
NIM : 112503046
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul : **“STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN IB TASYA WADIAH BPRS SURIYAH SEMARANG”**
Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal :

4 Juni 2014

Dan dapat diterima sebagai kelengkapan ujian akhir dalam rangka menyelesaikan studi Program Diploma 3 (D3) Perbankan Syariah Tahun Akademik 2013/2014 guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah.

Semarang, 4 Juni 2014

Ketua Sidang

Muchamad Fauzi, H., SE., MM
NIP. 19730217 200604 1 001

Sekretaris Sidang

Ade Yusuf Mujadid, H., Drs., M.Ag
NIP. 19670119 199803 1 002

Penguji I

Khoirul Anwar, H., S.Ag., M.Ag
NIP. 19690420 199603 1 002



Penguji II

Ali Murtadho, Dr., M.Ag.
NIP. 19710830 199803 1 003

Pembimbing

Heny Yuningrum, SE., M.Si
NIP. 19800610 200901 1 009

MOTTO

**SANGAT SULIT UNTUK BERSABAR, TETAPI MENYIA-NYIAKAN
HADIAH DARI KESABARAN ITU LEBIH BURUK**

(ABU BAKAR R.A)

PERSEMBAHAN

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan Tugas Akhir penulis.
2. Bapak Ali Ubaidillah Mukti dan ibu Eni Murdiwati yang selalu mendukung penulis baik suka maupun duka.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan kepada penulis.
4. Semua Dosen dan karyawan D3 Perbankan Syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih untuk bantuan dan dukungannya.
5. Ratih yang banyak memberikan semangat dan dukungan lebih selama penulis menyusun tugas akhir ini, terima kasih.
6. Teman – teman D3 Perbankan Syariah khususnya kelas PBSB Angkatan 2011 .
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis hanya mampu menghaturkan sebuah ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya. Teriring do'a semoga Allah SWT memberikan rahmat dan keselamatan bagi kita semua.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan.

Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang,

Deklarator

Muhammad Fadkhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah strategi marketing mix yang ditempuh BPRS Suriyah Cabang Semarang dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan iB Tasya Wadiah sudah membuahkan hasil yang diharapkan atau tidak. Strategi marketing mix ini meliputi strategi produk (product), harga (*price*), strategi lokasi (*place*) dan strategi promosi (promotion). Dengan strategi marketing mix tersebut diharapkan mampu meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB Tasya Wadiah. Produk ini merupakan produk unggulan dari pada produk simpanan tabungan yang lain. Namun jumlah nasabah ternyata semakin menurun dari tahun ke tahun. Terdapat beberapa faktor yang menjadi kendala BPRS Suriyah Cabang Semarang, kurangnya inovasi strategi dan tidak memaksimalkan penerapan strategi marketing mix BPRS Suriyah dilapangan juga berpengaruh terhadap keberhasilan upaya peningkatan nasabah tabungan iB Wadiah. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara ,dokumentasi dan melakukan analisis data menggunakan data primer dan sekunder pada BPRS Suriyah Semarang.

Kata Kunci : Marketing Mix, Tabungan iB Wadiah, Jumlah Nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya kepada kita semua. Tak lupa kita panjatkan Sholawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul: **“STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA PENINGKATAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN IB TASYA WADIAH BPRS SURIYAH SEMARANG”**. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan program Diploma III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang. Dan dalam penulisan Tugas Akhir ini telah banyak mendapatkan bantuan baik dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H Imam Yahya, M.Ag, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Muhammad Fauzi, SE,MM., selaku Ketua Prodi Perbankan Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Heni Yuningrum, M.si selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan.

5. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Walisongo Semarang yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
6. Bapak Anang selaku Kepala Cabang BPRS Suriyah Semarang beserta staffnya yang telah memberikan waktu dan arahan dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.
7. Orang Tua yang telah mendukung dan senantiasa memberikan semangat dan mencurahkan doanya kepada saya selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metodologi Penelitian	6
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Deskripsi PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang	9
1. Sejarah PT.BPRS Suriyah Cabang Semarang	10

2. Visi, Misi dan Motto, Struktur Organisasi PT. BPRS Suriyah	
Cabang Semarang	11
3. Produk - Produk PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang	13
B. Landasan Teori	17
1. Pengertian Marketing Mix	17
2. Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	17
3. Simpanan Tabungan.....	20
4. Wad'iah	21

BAB III PEMBAHASAN

A. Strategi marketing mix yang ditempuh BPRS Suriyah dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan iB Wadiah.....	22
1. Strategi Produk yang dipilih BPRS Suriyah.....	22
2. Strategi Harga yang dipilih BPRS Suriyah.....	24
3. Strategi Lokasi yang dipilih BPRS Suriyah.....	26
4. Strategi Promosi yang dipilih BPRS Suriyah.....	27
5. Alternatif Strategi Bauran Promosi yang Dapat dipilih BPRS Suriyah.....	33
6. Analisis SWOT Pemilihan Strategi Marketing Mix pada Produk Tabungan iB Tasya Wadiah.....	34
B. Faktor-Faktor yang Menjadi Kendala BPRS Suriyah dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan iB Tasya Wadiah.....	35
1. Faktor Lokasi.....	36

2. Faktor SDM.....	37
3. Faktor Lingkungan.....	38
4. Faktor Promosi.....	38
5. Faktor Biaya.....	38
6. Faktor Persaingan.....	39

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	40
B. Saran	41
C. Penutup	42

DAFTAR PUSTAKA