

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DANA PIHAK
KETIGA PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG
SEMARANG (Periode Tahun 2012-2016)**



TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Ahli Madya Dalam Ilmu Perbankan Syariah**

Oleh:

MAWADAH MURTIAWATI

NIM : 1405015012

**PROGRAM STUDI (D3) PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2017

Dr. Ali Murtadho, M. Ag.

Ds. Donosari Rt 4/I Patebon Kendal

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdr. Mawadah Murtiawati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaium Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir Saudara:

Nama : Mawadah Murtiawati

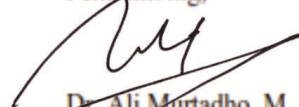
NIM : 1405015012

Judul : **Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang (Periode Tahun 2012-2016)**

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Dr. Ali Murtadho, M. Ag.
NIP. 19710830 1998031 00



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Semarang
Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Mawadah Murtiawati
NIM : 1405015012
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul : **Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Dana Pihak Ketiga
Pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang
(Periode Tahun 2012-2016)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal:
15 Juni 2017

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Diploma Tiga (D3)
dalam bidang Perbankan Syariah Tahun Akademik 2016/2017.

Semarang, 15 Juni 2017

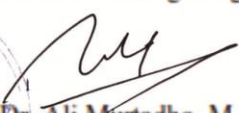
Mengetahui,

Ketua Sidang/Penguji I,

Sekretaris Sidang/Penguji II,


Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatus, M.Ag.
NIP. 19590413198703 2 001
003

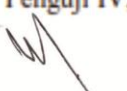



Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 19710830 199803 1

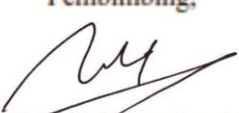
Penguji III,

Penguji IV,


Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 19700321 199603 1 003
002


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

Pembimbing,


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

MOTTO

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا



“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.” (QS. Al-Isra’ ayat 29)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu. Shalawat serta salam tak henti tercurahkan kepada junjungan kita NABI Agung Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya di yaumul qiyamah kelak. Aamiin aamiin Yaa Rabbal'alamin.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu dan mendukung penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini. Maka sebagai ucapan terimakasih, penulis mempersembahkan tugas akhir ini kepada:

1. Kepada orang tua saya Bapak Makmurdin dan Ibu Sutiah yang selalu mendukung secara moril dan materil, mendoakan kelancaran dalam proses pembuatan Tugas Akhir serta memberikan kasih syangnya tanpa batas kepada penulis sehingga dapat mengerjakan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
2. Kepada wali dosen Bapak Drs. H. Wahab, MM. yang telah membimbing penulis dari semester 1 sampai semester akhir.
3. Kepada Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag. yang telah membimbing penulis selama proses pembuatan Tugas Akhir
4. Kepada Bapak Saiful Huda marketing funding BSB KC Semarang yang telah bersedia di wawancarai dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis.
5. Kepada sahabat seperjuanganku, Eka Kurnia Wulandari, Deka Anliandani Agustina, Ulfi Suseni, Lusiana Yulisma Dewi, dan seluruh teman-teman D3 Perbankan Syariah terkhusus untuk PBSA yang senantiasa membantu dan menemani langkah penulis selama proses kuliah sampai akan wisuda.

6. Kepada “Big Bos” teman hati terbaikku yang telah memberi motivasi, yang menjadi konsultan bagi penulis, yang selalu mensupport di setiap langkah penulis, yang selalu memberikan kasih sayangnya serta telah memberikan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

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 satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 08 Mei 2017

Deklarator ,

Mawadah Murtiawati

NIM 1405015012

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang dalam meningkatkan dana pihak ketiga, dan bagaimana efektifitas strategi pemasaran untuk

meningkatkan dana pihak ketiga bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang periode tahun 2012-2016.

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung ke Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang dan melakukan wawancara secara sistematis kepada pegawai Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang untuk mendapatkan data dan informasi, serta menggunakan data sekunder yang penulis ambil dari studi kepustakaan yang menelaah buku-buku literatur yang berhubungan dengan penelitian yang dibahas.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang untuk meningkatkan dana pihak ketiga dengan menggunakan strategi *marketing mix* atau yang biasanya disebut dengan strategi 4P yaitu: strategi produk dimana Bank Syaiah Bukopin Kantor Cabang Semarang meluncurkan produk baru yaitu iB SiAga Rencana Umrah, strategi harga yang memiliki keunggulan 4G, strategi promosi yang paling efektif dipergunakan yaitu dengan *referral* (refrensi nasabah), dan strategi tempat dengan cara *pick up service* nasabah tidak harus datang langsung ke kantor. Dan efektifitas strategi pemasaran bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Canbang Seemarang dengan melihat data pertumbuhan dana pihak ketiga pada tahun 2012-2016.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Dana Pihak Ketiga

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehariat Allah SWT, karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW,

sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul: **“STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAN PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SEMARANG (Periode Tahun 2012-2016)”**. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma 3 pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan tugas akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Johan Arifin, S. Ag., MM. selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah
4. Bapak Dr. Ali Murtadho, M. Ag. yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Kepada wali dosen Bapak Drs. H. Wahab, MM. yang telah membimbing penulis dari semester 1 sampai semester akhir.
6. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen program studi D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang
7. Pegawai Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang

8. Bapak Makmurudin dan Ibu Sutiah selaku orang tua penulis yang telah memberikna dukungan secara moril, materiil, doa, dan kasih sayang dan perhatian yang sangat dibutuhka oleh penulis
9. Seluruh mahasiswa D3 Perbankan Syariah khususnya kelas PBSA angkatan 2014 UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan dorongan dan doa
10. Dan 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 berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan Tugas Akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga Tugas Akhir in dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

2017

Semarang, 08 Mei

Penulis

Mawadah Murtiawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
---------------------	---

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian.....	5
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematisasi Penulisan	11
BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG STRATEGI PEMASARAN	
A. Strategi Pemasaran	12
1. Definisi Strategi	12
2. Definisi Pemasaran.....	13
3. Definisi Strategi Pemasaran	16
4. Bauran Pemasaran	17
B. Sumber Dana Bank Syariah.....	19
1. Dana Pihak Pertama	19
2. Dana Pihak Kedua.....	20
3. Dana Pihak Ketiga.....	20
C. Sumber Dana Pihak Ketiga	21
1. Pengertian Tabungan	21
2. Pengertian Deposito	23
3. Pengertian Giro	24
D. Akad yang Digunakan untuk Penghimpunan Dana Pihak Ketiga	26
1. Akad <i>Wadi'ah</i>	26

2. Akad Mudharabah	28
BAB III GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH BUKOPIN	
A. Sejarah Bank Syariah Bukopin	34
B. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan	36
C. Struktur Organisasi	38
D. Gambaran Kerja	40
E. Produk-Produk	41
BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA BANK SYARIAH BUKOPIN KANTOR CABANG SEMARANG	
A. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Dana Pihak Ketiga pada Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang	56
B. Efektifitas Strategi Pemasaran Bagi Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	69
C. Penutup	70
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Wawancara

Lampiran 2 : Formulir Permohonan Pembukaan Simpanan Nasabah

Lampiran 3 : Kinerja Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Semarang tahun 2012

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga tahun 2012-2016.....	63
--	----