

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR  
( SIMPEL ) PADA PT.BPRS ARTHA MAS ABADI CABANG KAS  
CLUWAK PATI  
TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Studi D3  
Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Walisongo Semarang



**Disusun Oleh :**

Tri Yuni Ernawati

1905015028

**D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2022**

**Dr A. Turmudi, S.H., M.Ag**

**196907082005011004**

Jl. Madukara 2 no. F.27 Perumahan Sukoharjo Indah (PSI), Sukoharjo,  
Margorejo, pati Jawa Tengah

---

---

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : Empat (4) eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

An, Tri Yuni Ernawati

*Assalamu 'alaikum wr.wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan bersama ini saya  
kirimkan naskah Tugas Akhir Saudari :

Nama : Tri Yuni Ernawati

NIM : 1905015028

Judul : **“Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel)  
pada PT.BPRS Artha Mas Abadi Cabang Kas Cluwak Pati”**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat  
segera dimunaqasahkan.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb*

Semarang, juni 2022

Pembimbing

**Dr A. Turmudi, S.H., M.Ag**

**196907082005011004**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185  
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

**PENGESAHAN**

Nama : Tri Yuni Ernawati  
NIM : 19050150028  
Judul : **Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PT.  
BPRS Artha Mas Abadi Cabang Kas Ciluwak Pati**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Coumload/ Baik/ Cukup, pada tanggal: 28 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah Tahun Akademik 2022.

Semarang, 28 Juni 2022

Ketua Sidang

**Faris Shalahudin Zakiv, SE., M.E.**  
NIP. 199002272019031012

Sekretaris Sidang

**Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag**  
NIP. 196907082005011004

Penguji Utama I

**Dr. H. Hasyim Syarbani, MM.**  
NIP. 195709131982031002



Penguji Utama II

**Ana Zahrotun Nihayah, S.E.,  
MA**  
NIP. 198907082019032018

Pembimbing

**Dr. A. Turmudi, SH., M.Ag**  
NIP. 196907082005011004

## **MOTTO**

“Gagal hanya terjadi jika kita menyerah”

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, kami panjatkan puji syukur kehadiran-Nya dan mohon pertolongan, ampunan, dan petunjuk-Nya. Kita mencari perlindungan kepada Allah dari kejahatan diri kita sendiri dan kejahatan amal kita. Barang siapa yang mendapat petunjuk dari Allah tidak akan membuatnya keluar jalur, dan barang siapa yang tersesat maka tidak ada pembantu baginya. Saya bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan bahwa Muhammad adalah pekerja dan utusan-Nya. Semoga doa, sholawat tercurah atas junjungan kita dan suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan para sahabatnya serta siapa saja yang mendapat hidayah hingga hari kiamat. Tugas Akhir ini dan saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, segala puji bagi-Mu, ya Allah, karena kemurahan dan kekuatan-Mu, akhirnya saya siap untuk menyelesaikan tugas terakhir ini. Idealnya ini adalah jenis cinta yang dapat membantu alam semesta.
2. Kepada kedua orang tua saya, Almarhum Ibu Sofiyatun dan Ayahanda Sunaryo yang saya banggakan. Dengan penuh harapan, saya memulai tulisan ini dengan satu keyakinan sebagai jiwa. Semoga tirakat dan perhatiannya dalam mendidik anak-anaknya diberikan penghargaan yang terbaik oleh Allah SWT.
3. Kepada Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag, yang telah mengarahkan saya selama penyelesaian usul ini. Saya berterima kasih atas informasi, nasihat yang telah Anda berikan kepada saya. Terima kasih banyak atas pengertian Anda selama arahan saya meskipun fakta bahwa saya memiliki banyak kekurangan dan pengecualian.
4. Seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongso Semarang, para personel sekolah D3 Perbankan Syariah berkonsentrasi pada program, serta perwakilan dan seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongso Semarang ,semoga tetap semangat dalam mengisi hari-harinya di UIN Walisongso Semarang. .

5. Seluruh pionir dan perwakilan BPRS Artha Mas Abadi Pati yang umumnya memberikan bimbingan selama Kerja Lapangan/Magang Langsung.
6. Rekan-rekan saya yang umumnya memberikan penghiburan dan inspirasi untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

## **DEKLARASI**

Dengan penuh amanah dan kewajiban, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengandung materi yang telah dibuat oleh orang lain atau didistribusikan. Demikian pula, dalam usaha terakhir ini tidak ada pertimbangan lain, kecuali data-data yang terdapat dalam acuan-acuan yang digunakan sebagai bahan acuan.

Semarang, juni 2022

Deklarator

**Tri Yuni Ernawati**

**NIM. 1905015028**

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (*SIMPEL*) PADA PT. BPRS ARTHA MAS ABADI CABANG KAS CLUWAK PATI**

**Oleh :**

**TRI YUNI ERNAWATI**

**NIM 1905015028**

BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah) adalah Bank Syariah yang pelaksanaannya tidak menawarkan jenis bantuan dalam lalu lintas angsuran. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah tidak dapat dikonversi menjadi Bank Perkreditan Rakyat.

Penelitian ini berencana untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang digunakan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi Kantor Cabang Cluwak Kota Pati dalam mempromosikan Produk Tabungan Pelajar. Jenis pemeriksaan ini adalah penelitian lapangan, sedangkan gagasan eksplorasinya jelas. Pemilahan informasi dilakukan dengan dua strategi, yaitu pertemuan dan dokumentasi. Konsekuensi dari penelitian ini memastikan bahwa metodologi periklanan yang dikerjakan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi Kantor Cabang Cluwak Kota Pati atas cadangan dana Tabungan Pelajar dengan melaksanakan *Advertising, Sales Promotion, Publisitas, Personal Deals* atau disebut *get the ball*. Imperatif yang dilihat oleh PT. BPRS Kantor Artha Mas Abadi Pati adalah tidak adanya kemampuan adaptasi dari perwakilan PT. BPRS Artha Mas Abadi memajukan pos-pos dana cadangan, banyak terjadi persaingan antar Bank Syariah yang memiliki Tabungan Pelajar, tidak adanya iuran masyarakat dalam menabung, bank dapat datang ke sekolah 2 kali setiap bulan sejak tanggal dijamin ke sekolah yang telah bekerja sama dengan bank.

**Kata kunci :** *Strategi Pemasaran, Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel)*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, yang telah melimpahkan nikmat dan rahmat serta limpahan kesejahteraan dan keamanan kepada sang pencipta. Dengan tujuan agar pencipta dapat menyelesaikan usaha terakhir tanpa hambatan dan tepat waktu. Sholawat dan kabar gembira senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang umumnya memberikan mediasi menjelang hari kiamat.

Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN PELAJAR (SIMPEL) PADA PT. BPRS ARTHA MAS ABADI CABANG KAS CLUWAK PATI” telah siap memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar D3 Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis memahami bahwa Tugas Akhir ini dapat terwujud atas bantuan dan arahan dari berbagai pihak, baik sebagai bahan renungan, dukungan moril, maupun dinas dan kerangka kerja dari awal pelaksanaan sampai dengan batas terjauh penyusunan, yang diberikan secara lugas atau dengan cara memutar. Oleh karena itu, pada acara ini pencipta dapat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, khususnya Prof. Dr. Imam Taufiq, Mag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, tepatnya Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
3. Bpk. Setiyono selaku ketua kantor kas PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati dan karyawan PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati yang telah membimbing saya selama PKL, dan memberikan informasi data untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

4. Kepada Bapak Sunaryo dan Alm. Sofiyatun yang selaku orang tua saya terus memberikan do'a, motivasi dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
5. Kepada ke-2 saudara kandung saya yang tersayang, Kakak Dewi Riyanti Amd, Keb. Dan Abang saya Heri Prasetyo yang selalu memberi semangat dan kasih sayang kepada peneliti.
6. Kepada Calon Suami saya Hagus Setiyono yang slalu menemani dan memberikan semangat kepada peneliti.
7. Sahabat – sehabatku seperjuangan yang senantiasa menemani dalam suka maupun duka yang selalu memberi semangat satu sama lain Dina ismatul maula, Nurlita meilani.
8. Kepada teman – teman Nuke, Dian, Icak, Winda, Indah.
9. Kepada seluruh teman-teman angkatan D3 Perbankan Syariah.

Dan semoga amal dan jasa baik yang telah diberikan kepada penulis dapat di balas Alah SWT dengan pahala yang berlimpah. Dengan segala kerendahan hati semoga Tugas Akhir ini berguna para pembaca dan menambah khazanah ilmu pengetahuan. Semoga Allah SWT melimpahkan hidayah-Nya, serta lindungan kapada kita semua, Amiin.

Semarang, Juni 2022

Penulis

Tri Yuni Ernawati

NIM. 1905015028

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DEKLARASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan .....</b>	<b>5</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
<b>A. STRATEGI.....</b>	<b>10</b>
<b>1. Pengertian Strategi.....</b>	<b>10</b>
<b>2. Tahapan-Tahapan Strategi.....</b>	<b>12</b>
<b>3. Jenis-Jenis Strategi.....</b>	<b>12</b>
<b>B. PEMASARAN.....</b>	<b>14</b>
<b>1. Pengertian Pemasaran .....</b>	<b>14</b>

2. Pengertian pemasaran syariah .....	18
C. STRATEGI PEMASARAN.....	19
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	19
D. TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (iB) .....	23
1. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar (iB).....	23
E. TABUNGAN WADI'AH .....	24
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PT. BPRS ARTHA MAS ABADI PATI .....</b>	<b>26</b>
A. Sejarah Perusahaan PT. BPRS Artha Mas Abadi.....	26
B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	28
C. Ruang Lingkup Usaha .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Strategi Pemasaran.....	52
B. Upaya – Upaya Promosi .....	55
C. Hambatan dalam Pemasaran.....	56
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran.....	59
C. Penutup.....	60

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia sudah sangat marak seperti yang terjadi di Negara lain. Perbankan yang bebas dari bunga. Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia, namun sudah menunjukkan tanda-tanda yang mengembirakan sejak hadirnya bank syariah saat ini yang berjumlah sekitar empat ratus lebih kantornya. Keluarnya Fatma Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan bunga bank konvensional tahun 2003 lalu memperkuat kedudukan bank syariah.<sup>1</sup>

Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Berkembangnya bank syariah di negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan.<sup>2</sup>

Perbankan syariah di Indonesia diawali oleh terbentuknya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk pada tahun 1991 yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Konsep Ekonomi Syariah diyakini menjadi sistem yang efektif bagi Bank Muamalat Indonesia sehingga tidak terpengaruh oleh gejolak kritis ekonomi, bahkan konsep ekonomi syariah dapat menarik minat pihak perbankan konvensional untuk mendirikan bank yang menggunakan sistem syariah. Namun minat masyarakat dalam menabung dengan menggunakan sistem syariah relatif masih rendah bila dibandingkan dengan sistem perbankan konvensional. Sangat logis bila muncul pemikiran bahwa tidak ada jalan lain kecuali perbankan syariah

---

<sup>1</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 21

<sup>2</sup> Ibid, hal. 54

harus membuka pintu seluas-luasnya terhadap kemudahan akses bertransaksi sehingga masyarakat tidak lagi mengalami kesulitan ketika mereka berkeinginan untuk memanfaatkan produk-produk dan jasa-jasa perbankan syariah. Nasabah adalah orang yang mempercayakan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan dimana akan memperoleh imbalan berupa uang atas sejumlah dana yang telah disimpan tersebut.<sup>3</sup>

Dalam kaitan ini lembaga perbankan disatu pihak berusaha menawarkan produknya yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan. Ditinjau dari sudut lembaga perbankan kehadiran nasabah merupakan factor yang sangat penting bagi keberhasilan pemasaran dari produk yang ditawarkan, disamping itu nasabah bagi lembaga perbankan adalah suatu mata rantai penting bagi pemasaran yang dilakukan. Ini mempunyai arti bahwa nasabahlah yang menjadi sasaran pemasaran yang dilakukan oleh lembaga perbankan. Melakukan kegiatan pemasaran ada beberapa tujuan yang akan dicapai baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam tujuan jangka pendek biasanya untuk menarik konsumen terutama produk yang baru diluncurkan sedangkan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Guna mencapai tujuan tersebut perusahaan harus bisa menarik perhatian para konsumennya melalui produk yang ditawarkannya. Ini dapat dilakukan dengan cara promosi melalui media seperti brosur, majalah, koran, tv, internet dll.<sup>4</sup>

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Pati memiliki suatu produk yang dinamakan produk Tabungan Simpanan Pelajar. Tabungan Simpanan Pelajar (iB) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Dalam tabungan simpanan pelajar (iB) menggunakan akad wadi'ah. Akad wadi'ah adalah

---

<sup>3</sup> Adiwarman A Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2016), hlm. 25

<sup>4</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 21

titipan murni dari nasabah ke pihak bank. Jadi seorang nasabah yang membuka tabungan dengan akad wadi'ah, maka nasabah tersebut menitipkan atau menyimpan uangnya ke bank dan dana tersebut bisa diambil sewaktu-waktu oleh nasabah. Produk Simpanan Pelajar memiliki banyak manfaat untuk adik-adik pelajar, tabungan ini tentu saja dapat memberikan pengalaman menabung dan membangun budaya yang gemar menabung serta melatih mengelola keuangan sejak dini.<sup>5</sup> Orang tua juga diuntungkan dengan adanya produk simpanan pelajar ini karena orang tua dapat mengajarkan pentingnya menabung ke anak-anak, mengajarkan kedisiplinan dalam mengelola keuangan dan orang tua dapat mengontrol pengeluaran anak. Tabungan simpanan pelajar adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No.21 Tahun 2008:

“Tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lain yang dipersamakan dengan itu”<sup>6</sup>

Produk simpanan pelajar di PT.BPRS Artha Mas Abadi menggunakan akad wadi'ah dengan setoran awal minimal Rp.5.000,- minimal setoran selanjutnya tidak ditentukan, dan setoran minimum Rp.1.000<sup>7</sup>. berikut ini jumlah nasabah pada produk tabungan simpanan

---

<sup>5</sup> Adiwarmanto A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 358.

<sup>6</sup> Ismail, Perbankan Syariah, Jakarta: KENCANA 2011, hal 74

<sup>7</sup> <http://www.BRIsyariah.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-BRIsyariah-ib> dikutip pada tanggal 17 maret 2016

pelajar ( Simpel ) pada PT.BPRS Artha Mas Abadi dari tahun 2019 sampai 2021.

Table 1.1

Data Tabungan Simpanan Pelajar Tahun 2019-2021

No	Tahun	Jumah
1	2019	114 Orang
2	2020	10 Orang
3	2021	8 Orang

*Sumber : Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Mas Abadi Kota Pati*

Dari data di atas dapat dilihat perkembangan simpanan pelajar dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Mas Abadi Kota Pati mengalami penurunan di tahun 2019 ke 2018 sebanyak 104 orang kemudian ditahun berikutnya 2021 menurun drastis ke angka 8 orang, disebabkan berbagai faktor salah satunya kurangnya fasilitas dalam tabungan simpanan pelajar misalnya untuk melakukan penarikan tunai hanya dapat dilakukan pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Mas Abadi. Hal ini dikarenakan masyarakat belum mengenal mengenai simpanan pelajar. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai simpanan pelajar ini membuat ketertarikan untuk membuka tabungan simpanan pelajar menjadi rendah. Padahal banyak manfaat yang dapat diperoleh dari simpanan pelajar ini salah satunya dapat mengajarkan gaya hidup menabung kepada anak kita dan juga mempunyai dana cadangan apabila sewaktu-waktu dibutuhkan.

Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan pihak manajerial harus berupaya penuh dalam menjalankan pemasaran strategi untuk menghimpun dana masyarakat. Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang mencangkup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukar jasa yang bernilai dengan pihak lain. Kegiatan pemasaran dilakukan karena ada beberapa tujuan yang akan dicapai baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek.

Guna mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus bisa menarik perhatian para konsumen melalui produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) yang ditawarkan. Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi marketing mix, yaitu strategi harga (price), strategi promosi (promotion), strategi tempat (place), strategi produk (product). Keempat dimensi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu suatu pola marketing yang baik adalah bersifat bergerak secara seimbang dan dengan keseimbangan tersebut kekuatan marketing akan muncul secara jangka panjang.<sup>8</sup>

Dari uraian di atas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “ **Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati**”.

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

Berdasarkan uraian yang telah penulis kemukakan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang akan diambil penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) di kantor Kas Cluwak PT. Artha Mas Abadi ?
2. Apa upaya – upaya yang dilakukan oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi dalam mempromosikan tabungan simpanan pelajar ?
3. Apa hambatan dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati?

#### **C. Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka penelitian ini bertujuan : Untuk Bagaimana Strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) di kantor Kas Cluwak PT. BPRS Artha Mas Abadi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

---

<sup>8</sup> Fahmi Irham, Manajemen Strategis Teori dan Praktek, (Bandung: ALFABETA 2014), hal. 70-72

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan baik secara teoritis dan praktis. Kegunaan tersebut diantaranya :

1. Bagi Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah kedalam kehidupan masyarakat.

2. Bagi BPRS Artha Mas Abadi

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) di Kantor Kas Cluwak BPRS Artha Mas Abadi.

3. Bagi Akademisi

Untuk menambah pengetahuan dibidang ekonomi dan untuk dapat berguna sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) di Kantor Kas Cluwak BPRS Artha Mas Abadi.

4. Bagi Masyarakat

Mudah – Mudah hasil penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga perbankan.

5. Metode Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ( TA ) ini, penulis melakukan penelitian dari data data yang telah diperoleh dan kemudian dikumpulkan lalu diproses, adapun metode penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Jika dilihat dari tempatnya , jenis penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif dinamakan sebagai metode baru, karena popularitasnya belum lama, dinamakan metode post positivistic karena berlandaskan pada filsafat post positivisme. Metode ini disebut juga sebagai metode artistic. Karena proses penelitian lebih bersifat seni ( kurang pola ),

dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan.

## 2. Lokasi dan Waktu Penelitian

### a. Lokasi Penelitian

Tempat Penelitian tersebut dilakukan di PT. BPRS Artha Mas Abadi yang beralamat Jl. Raya Pati NO. Km.19, Waturoyo – Margoyoso, Telp. ( 0295 ) 4150477.

### b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada tanggal 17 Januari 2022 sampai 17 Maret 2022.

## 3. Subyek dan Obyek

Subyek penelitiannya yaitu di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati, sedangkan untuk obyek penelitiannya yaitu untuk meneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) di kantor kas ciluwak PT. BPRS Artha Mas Abadi.

## 4. Data dan Sumber

### a. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti ada hubungannya dengan obyek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan wawancara kepada pihak PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati yang memahami langsung tentang strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) pada kantor kkas Cluwak PT. BPRS Artha Mas Abadi.

### b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan perpustakaan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen – dokumen, Buku – buku, Arsip – arsip, serta informasi lain yang tertulis dan berkaitan dengan strategi

pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) di kantor kas cluwak BPRS Artha Mas Abadi.

c. Teknik Pengumpulan Data

Dengan tujuan akhir untuk mengumpulkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan strategi berbagai informasi, khususnya sebagai berikut :

- Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan suatu obyek dengan sisi tematika fenomena yang diselidiki. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan terhadap semua yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan Simpanan Pelajar ( Simpel ) yang dicatat secara sistematis sesuai dengan tujuan penulisan.

- Wawancara ( Interview )

Wawancara adalah suatu proses Tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik, dimana penulis melakukan pengumpulan data dengan cara bertanya secara langsung kepada pihak BPRS Artha Mas Abadi untuk mendapatkan informasi atau keterangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar ( Simpel ).

- Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan file – file seperti gambar, video, berkas – berkas atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

- Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analisis, yakni merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang subyek penelitian berdasarkan data dan variable yang diperoleh oleh kelompok subyek

yang diteliti. Data- data yang diperoleh kemudian penulis analisis antara data strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar ( Simpel ) dengan teori dan konsep yang ada.

## **5. Sistematika Penelitian**

Untuk mengetahui dan memahami gambaran umum isi dari Tugas Akhir ini, maka penulisan Tugas Akhir ini terdiri dari 5 (lima) bab, dimana masing-masing bab dibagi menjadi beberapa sub bab, Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tujuan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dibahas mengenai landasan teori, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian. Pengertian mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar ( Simpel ).

### **BAB III : GAMBARAN UMUM PT. BPRS ARTHA MAS ABADI**

Dalam bab ini berisi mengenai profil BPRS Artha Mas Abadi yang meliputi sejarah berdirinya BPRS Artha Mas Abadi. Visi dan misi PT. BPRS Artha Mas Abadi, struktur organisasi BPRS Artha Mas Abadi, dan produk layanan PT. BPRS Artha Mas Abadi

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil dari analisa yang telah dilakukan dan kemudian akan dipaparkan secara sistematis. Mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar ( Simpel ) dikantor kas cluwak PT. BPRS Artha Mas Abadi.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini memuat tentang uraian kumpulan yang didapat dari hasil penelitian serta beberapa saran yang akan ditunjukkan kepada para pihak terkait dan berkepentingan

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. STRATEGI

##### 1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “startegos” (stratos=militer dan ag = memimpin), yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Secara umum strategi didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Michel Porter dalam artikelnya yang berjudul Competitive Strategy dalam Harvard Business Review (1996), menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan tindakan atau aktivitas yang berbeda untuk mengantarkan nilai unik.<sup>9</sup>

Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat. Dalam kontak bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman yang untuk mengalokasikan sumber daya dan suatu usaha organisasi. Jadi apabila disimpulkan dari beberapa definisi diatas maka strategi perusahaan adalah gabungan dari kegiatan yang direncanakan dan reaksi untuk mengantisipasi persaingan dalam perkembangan yang tidak terduga.

Menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan “tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadi kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core

---

<sup>9</sup> Dr. H. Rachmat, M.Si, Manajemen Strategik, Bandung: CV Pustaka Setia. 2014, h.2

competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.<sup>10</sup>

Adapun Thompson dan Strickland (2001) menegaskan strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas yang penuh daya saing serta pendekatan-pendekatan bisnis untuk mencapai kinerja yang memuaskan (sesuai target). Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Secara khusus strategi didefinisikan sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.<sup>11</sup>

Definisi strategi menurut beberapa ahli :

- a) Penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan, ditetapkan nya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b) Pola, sasaran, tujuan dan kebijakan atau rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang akan dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.
- c) Menentukan kerangka kerja dari aktifitas bisnis dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasikan aktifitas, sehingga dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah, strategi menggambarkan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dari jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.

---

<sup>10</sup> Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing, MarkPlus & Co (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h. 15.

<sup>11</sup> Dimas Hendika Wibowo, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM", Volume 29 No.1, Desember 2015, h. 6

## **2. Tahapan-Tahapan Strategi**

Seperti yang dikatakan oleh Joel Ross dan Michel bahwa sebuah organisasi tanpa adanya strategi maka seperti kapal tanpa kemudi, bergerak, berputar tanpa lingkaran. Organisasi yang demikian seperti pengembara tanpa tujuan tertentu. Proses strategi terdiri dari tiga tahapan :

- a) Perumusan Strategi. Dalam perumusan strategi di dalamnya adalah mengembangkan visi dan misi perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan menetapkan jangka panjang perusahaan, membuat sejumlah strategi alternatif untuk perusahaan, dan memiliki strategi tertentu untuk perusahaan.
- b) Pelaksanaan Strategi. Pelaksanaan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga perumusan strategi dapat di laksanakan. Penciptaan struktur organisasi perusahaan efektif, pengarahannya kembali usaha-usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sistem informasi, serta menghubungkan kompensasi untuk karyawan dan kinerja organisasi perusahaan.
- c) Evaluasi Strategi. Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis. Para manajer harus benar-benar mengetahui alasan strategi-strategi tertentu tidak dapat dilaksanakan dengan baik. Dalam hal ini, evaluasi strategi adalah cara pertama untuk memperoleh informasi. Semua strategi dapat diubah sewaktu-waktu karena faktor eksternal dan internal selalu berubah.<sup>12</sup>

## **3. Jenis-Jenis Strategi**

Adapun jenis-jenis strategi antara lain :

---

<sup>12</sup> Fred R . David, Manajemen Strategi Konsep, Jakarta : Indeks, 2004, h. 6-8

- a) Klasifikasi berdasarkan ruang lingkup.

Strategi ini merupakan strategi utama (induk). Strategi ini dapat dirumuskan secara lebih sempit seperti program, dan ini dapat dirancang sebagai strategi.

- b) Klasifikasi berdasarkan tingkat organisasi.

Di dalam sebuah perusahaan yang terdiri dari sejumlah divisi yang sekurang-kurangnya dua tingkat, yaitu strategi kantor pusat dan strategi divisi.

- c) Klasifikasi berdasarkan jumlah material dan bukan material.

Kebanyakan strategi berkenaan dengan sumber bersifat fisik. Namun, strategi dapat mengenai penggunaan tenaga kerja manajerial, tenaga keilmuan, dan lain-lain. Strategi juga dapat berkenaan dengan gaya manajemen, pola berfikir atau falsafah, tentang hal-hal yang merupakan sikap suatu perusahaan terhadap tanggung jawab sosial.

- d) Klasifikasi berdasarkan tujuan dan fungsi.

Sebagai contoh, pertumbuhan adalah sasaran utama dari kebanyakan perusahaan dan terdapat banyak strategi yang dapat dipilih menjamin pertumbuhan tersebut.

- e) Strategi pribadi manajer.

Semakin tinggi tingkat manajer, semakin penting artinya strategi ini bagi kehidupan organisasi. Strategi pribadi adalah petunjuk praktis yang meliputi nilai-nilai, motivasi, perlindungan terhadap, sikap bermusuhan dari lingkungan, metode untuk mengubah lingkungan, teknik bergaul dengan orang-orang, dan untuk terlaksananya suatu (pekerjaan) dengan baik, dan cara untuk memaksimalkan kepuasan pribadi dan kebutuhan dasar. Strategi ini bersifat mendasar, biasanya tidak

tertulis, dan merupakan kerangka untuk mengembangkan perusahaan.<sup>13</sup>

## **B. PEMASARAN**

### **1. Pengertian Pemasaran**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pemasaran adalah proses, cara, perbuatan memasarkan suatu barang dagangan<sup>14</sup>. Pemasaran adalah proses perencanaan, pemikiran dan pelaksanaan konsepsi, prancing, promosi serta mendistribusikan barang atau jasa dalam penciptakan perukaran untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan.<sup>15</sup> Pemasaran adalah kegiatan utama dari sebuah perusahaan dalam memperkenalkan dan mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada konsumen guna mencapai suatu tujuan. Pemasaran menurut para ahli sebagai berikut :

- a) Philip kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan adalah proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.<sup>16</sup>
- b) Basu Swasta dan Irawan mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem kegiatan- kegiatan yang saling berhubungan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli.<sup>17</sup>
- c) American Marketing Asosiation dalam manajemen pemasaran Buchari Alm pemasaran adalah proses merencanakan konsepsi, harga, promosi dan distribusi ide, barang atau jasa, menciptakan

---

<sup>13</sup> George A. Steiner, John B. Miner, Kebijakan dan Strategi Manajemen, Jakarta : Erlangga, 1977, h. 18-22

<sup>14</sup> Ibid.,h.1027

<sup>15</sup> Faisal Akbar,Strategi Pemasaran BMT Al Iklas Yogyakarta,(Yogyakarta UII,2010), h.171

<sup>16</sup> Philip Kotler dan G.Amstong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta:Erlangga,1997), h.3

<sup>17</sup> Basu Swasta Dan Irawan,Manajemen Pemasaran Modern,(Yogyakarta:Liberty,1990),h.5

peluang yang memuaskan individu sesuai dengan tujuan organisasi.<sup>18</sup>

- d) Menurut William J. Stanton, Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan, Pemasaran Bank, dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan.

pemasaran adalah suatu sistem dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan existing customer dan potensial customer. Dalam peranan strateginya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok.<sup>19</sup>Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran. Untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan maka perlu dirancang suatu rencana pemasaran (marketing plan) yang benar-benar mumpuni. Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level: strategis dan taktis. Rencana pemasaran stratejik membentangkan pasar sasaran dan proporsi nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran taktis mengspesifikasikan taktik pasar, termasuk

---

<sup>18</sup> Buchari Alma, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2011).h.5

<sup>19</sup> Kasmir, 2014, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana

fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan. Ikatan Bankir Indonesia, (2015; 115-116).<sup>20</sup>

Strategi pemasaran tertuang dalam empat posisi marketing mix, yaitu strategi harga (price), strategi promosi (promotion), strategi tempat (place), strategi produk (product). Keempat dimensi ini bersifat saling berkaitan satu sama lainnya. Dengan begitu suatu pola marketing yang baik adalah bersifat bergerak secara seimbang dan dengan keseimbangan tersebut kekuatan marketing akan muncul secara jangka panjang. Sebagai salah satu perbankan, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagai Lembaga Keuangan mempunyai strategi produk dalam Penghimpunan Dana, salah satunya adalah Tabungan dengan akad wadi'ah.<sup>21</sup> Tabungan (saving deposit) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat di pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor. 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Akad wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan kewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu. Tabungan wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. (2014;70-72).

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor. 21 Tahun 2008: "Tabungan adalah simpanan berdasarkan wadiah dan/atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat

---

<sup>20</sup> Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (2) (2021) 76-87

<sup>21</sup> Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (2) (2021) 76-87

dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Strategi Pemasaran perbankan hendaknya diimplementasikan secara konsisten dan bijaksana, salah satu produk Bank Daerah Lamongan adalah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.<sup>22</sup>

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) menggunakan akad Wadi'ah, dengan setoran awal minimal Rp5.000, Minimal setoran selanjutnya tidak ditentukan, dan Saldo minimum Rp1.000. Produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) salah satu produk yang bisa dikatakan masih baru karena produk ini direalisasikan pada tahun 2015, tetapi antusias masyarakat sangat bagus dan dibuktikan dengan bertambahnya nasabah pada setiap tahunnya. Dan ini dibuktikan sejak peluncuran program tabungan simpanan pelajar (Simpel) di BPRS Artha Mas Abadi Pati sejak bulan Juni 2015 sampai bulan Desember 2015 sudah mencapai 75 nasabah. BPRS Artha Mas Abadi didalam memasarkan produk tabungan Simpanan Pelajar (Simpel), salah satunya untuk menggunakan strategi jemput bola. Karena target yang dituju adalah pelajar/mahasiswa, BPRS Artha Mas Abadi melakukan perjanjian terlebih dahulu dengan sekolah-sekolah yang berada dibawah naungan Kemendikbud maupun Kemenag. Dengan produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) diharapkan BPRS Artha Mas Abadi dapat meningkatkan jumlah nasabah lebih banyak dari tahun ke tahun.

---

<sup>22</sup> Kasmir, 2014, Pemasaran Bank, Jakarta:Kencana

Prinsip yang digunakan oleh BPRS Artha Mas Abadi dalam mengelola tabungan simpanan pelajar (Simpel) yaitu prinsip wadiah. Prinsip wadiah yang digunakan adalah Yadiah Yad Dhamanah. Prinsip Wadiah Yad Dhamanah yaitu simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan tertentu untuk menariknya kembali. Bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank. Nasabah dapat menarik sebagian atau seluruh saldo simpanannya sewaktu-waktu atau sesuai dengan perjanjian yang disepakati. Bank menjamin pembayaran kembali simpanan mereka. Semua keuntungan atas pemanfaatan dana tersebut adalah milik bank, tetapi, atas kehendaknya sendiri, bank dapat memberikan imbalan keuntungan yang berasal dari sebagian keuntungan bank.<sup>23</sup>

## **2. Pengertian pemasaran syariah.**

Kata “syariah” berasal dari kata syara’a al-syai’a yang berarti “menerangkan” atau menjelaskan sesuatu. Atau berasal dari kata syir’ah yang berarti “sesuatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain”. Syaikh Al-Qaradhawi mengatakan, cakupan dari pengertian syariah adalah menurut pandangan islam sangat luas dan komprehensif (alshumul). Di dalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah (hubungan manusia dengan Tuhan nya), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan, asuransi, utang-piutang, pemasaran, hibah), aspek ekonomi (permodalan, zakat, bait al-mal, fa’i, ghanimah), aspek hukum dan peradilan, aspek undang-undang hingga hubungan antar negara. Pemasaran sendiri adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam, sepanjang dalam

---

<sup>23</sup> Irham Fahmi, 2014, Manajemen Strategi Teori dan Praktek, Bandung: ALFABETA

segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.

Professor Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai sebuah proses sosial dan majerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau value, biaya dan kepuasan, perukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan, pasar dan para pemasar, serta prospek. Jadi, Syariah Marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders nya yang ke dalam seluruh prosesnya sesuai dengan akad-akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Yang berarti bahwa syariah marketing seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai ( value) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami.<sup>24</sup>

### **Landasan Hukum**

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian memakan harta-harta kalian di antara kalian dengan cara yang batil, kecuali dengan perdagangan yang kalian saling ridha. Dan janganlah kalian membunuh diri-diri kalian, sesungguhnya Allah itu Maha Kasih Sayang kepada kalian”. (QS. An-nisa, 29)<sup>25</sup>

## **C. STRATEGI PEMASARAN**

### **1. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan menganalisis dan pemilihan sasaran pemasaran yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan dan menciptakan

---

<sup>24</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 22

<sup>25</sup> <https://www.merdeka.com/quran/an-nisa/ayat-29>

langkah-langkah yang tepat dengan menggunakan berbagai kebijakan pemasaran untuk mencapai tujuannya.<sup>26</sup> Dalam pengertian lain strategi pemasaran merupakan upaya nyata untuk memasarkan suatu jasa atau barang dengan taktik dan rencana tertentu untuk melejitkan omset penjualan.<sup>27</sup>

Dalam strategi pemasaran ada bauran pemasaran yang merupakan seperangkat alat dari beberapa aspek yang memberikan hasil maksimal dari unsur-unsur product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process. Keempat P pertama disebut 4P tradisional dan 3P terakhir disebut unsur marketing mix untuk pemasaran jasa. Menurut Kotler, marketing mix adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Dari pengertian di atas dapat dikatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi marketing mix antara lain:

- 1) Product (Produk) merupakan barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu.
- 2) Price (Harga) merupakan jumlah yang dibayar pelanggan untuk menikmatinya.<sup>28</sup> Di samping itu harga merupakan unsur marketing mix yang bersifat flexibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga sangat penting karena menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Penentuan harga memiliki dampak pada penyesuaian strategi pemasaran yang diambil.
- 3) Place (Lokasi) bisnis adalah tempat dilaksanakannya kegiatan fisik yang berkaitan dengan usaha tertentu.<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Buchari Alma, Pengantar Bisnis, Edisi Revisi (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 294-295.

<sup>27</sup> Mokhtar Sayyid, Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2020), hlm. 6.

<sup>28</sup> Tengku Firli Musfar, Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 6.

<sup>29</sup> Franky Slamet, Hetty Karunia Tunjungsari, dan Mei Ie, Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik, Edisi Ketiga, (Jakarta Barat: PT. Indeks, 2018), hlm. 144.

Tempat termasuk kegiatan-kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Tempat bukan berarti hanya lokasi perusahaan saja tapi juga termasuk di dalamnya saluran pemasaran, kumpulan dan pengaturan lokasi, persediaan serta transportasi.

- 4) Promotion (Promosi) adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi calon pembeli melalui pemakaian segala unsur atau bauran pemasaran. Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
- 5) People People adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.
- 6) Physical Eviden Yaitu bukti fisik yang dimiliki penyedia jasa sebagai nilai tambah yang ditujukan kepada konsumen, pelanggan maupun calon pelanggan.
- 7) Process Yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas sistem penyajian jasa kepada konsumen.<sup>30</sup>

Menurut Chandra (2002:93), strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi

---

<sup>30</sup> Eka Hendrayani dkk., Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep) (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 121.

khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Di samping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi keuangan/pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat merupakan hal yang menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor faktor

lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan di atas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan.<sup>31</sup>

#### **D. TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (iB)**

##### **1. Pengertian Tabungan Simpanan Pelajar (iB)**

Tabungan merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum. Sejak kanak-kanak seseorang sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang di bawah bantal atau di dalam celengan dan disimpan di rumah. Namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan. Sesuai dengan perkembangan zaman, dewasa ini kegiatan menabung dari rumah beralih ke lembaga keuangan seperti bank.

Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga.<sup>32</sup>

Simpanan Pelajar (iB) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.<sup>33</sup>

Tabungan Simpanan Pelajar adalah jenis produk Mandiri Tabungan yang diperuntukan untuk siswa PAUD/TK/RA, SD/MI, SMP/MTs, SMA/MA atau sederajat guna mengajarkan anak-anak di Indonesia dapat belajar menabung sejak dini. Adapun Persyaratan Tabungan Simpanan Pelajar, yaitu :

- 1) Persyaratan
  - a) WNI dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat, yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP
  - b) Persyaratan Calon Nasabah

---

<sup>31</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers 2011, h. 5

<sup>32</sup> Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan, hlm. 95.

<sup>33</sup> Bernita Putri Meilistya, —Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada Bank BRI Syariah Kantor Kedaton|| (IAIN Metro Lampung, 2019), hlm. 21.

- c) Perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat.
  - d) Berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.
- 2) Persyaratan Dokumen
- a) Aplikasi Pembukaan rekening Simpanan Pelajar iB.
  - b) Surat Pernyataan dan Persetujuan Orang Tua/Wali.
  - c) Fotokopi identitas Siswa (Kartu Pelajar/dokumen NISN dapat berupa Buku Rapor/Surat Keterangan Sekolah).
  - d) Fotokopi Kartu Keluarga.
  - e) Formulir Beneficial Owner/Data Pihak Terkait.
  - f) Fotokopi identitas Orang Tua/Wali (KTP/SIM).
  - g) Fotokopi Akta Kelahiran (apabila ada).
  - h) Dokumen Perwalian sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

#### **E. TABUNGAN WADI'AH**

Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Bank syariah menggunakan akad wadi'ah yad adh-dhammah. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan dan memanfaatkan uang dan barang yang dititipnya.<sup>34</sup> Sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang tersebut. Dari uraian diatas dapat disimpulkan beberapa ketentuan umum tabungan wadi'ah sebagai berikut;

- 1) Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemilik harta.
- 2) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tanggungjawab bank, sedangkan

---

<sup>34</sup> <https://123dok.com/article/produk-produk-bpr-syariah-artha-mas-abadi-pati.qopjrm0z>

nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.

- 3) Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PT. BPRS ARTHA MAS ABADI PATI**

#### **A. Sejarah Perusahaan PT. BPRS Artha Mas Abadi.**

##### **1. Sejarah BPRS Artha Mas Abadi Pati**

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi merupakan salah satu unit usaha Pesantren Maslakul Huda yang didirikan oleh KH. MA Sahal Mahfudh (almarhum). Sistem Keuangan Syari'ah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda dirintis melalui Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Koperasi Pesantren Maslakul Huda sejak Februari 2002. Empat tahun kemudian tepatnya pada tanggal 28 Juni 2006, Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) berubah menjadi PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi yang telah mendapat izin operasional dari Bank Indonesia.<sup>35</sup>

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi merupakan salah satu unit usaha Pesantren Maslakul Huda yang diasuh oleh KH. MA Sahal Mahfudh. Sistem keuangan syariah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda dirintis melalui Unit Simpan Pinjam Syariah (USPS) Koperasi Pesantren Maslakul Huda sejak Februari 2002, melalui proses pemersiapan yang seksama, Pesantren Maslakul Huda memperoleh ijin prinsip untuk mendirikan bank syariah pada 14 November 2005 (Keputusan Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia Nomor 7/1776/DPbS) disusul penerbitan ijin usaha pada 01 Juni 2006 (Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 08/46/KEP. GBI/2006), dan membuka diri melayani masyarakat umum sejak tanggal 28 Juni 2006. Letak Geografis PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi di Jl. Raya Pati-Tayu Km. 19 Waturoyo Margoyoso Pati.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> [https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/)

<sup>36</sup> [https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/) diakses pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 06.15 WIB

## 2. Visi dan Misi BPRS Artha Mas Abadi Pati

Adapun Visi dan Misi BPRS Artha Mas Abadi Pati sebagai berikut :

### a) Visi

Membentuk lembaga keuangan mikro berbasis Syari'ah yang sehat dan tangguh sebagai wujud kepedulian Pesantren Maslakul Huda terhadap masyarakat dan sebagai contoh bagi pesantren-pesantren lain.

### b) Misi

- Misi Umum

Memberikan jasa penyimpanan dana masyarakat di wilayah operasional PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.

Memberikan jasa pembiayaan bagi usaha kecil di wilayah operasional PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi .

- Misi Khusus

Menciptakan sumber pendanaan bagi Pesantren Maslakul Huda.

Menciptakan kesejahteraan bagi karyawan dan pemegang saham.<sup>37</sup>

## 3. Perkembangan PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati

Sampai dengan tahun 2016 PT. BPR Syari'ah Artha Artha Mas Abadi memiliki 3(tiga) jaringan kantor yang terdiri dari kantor pusat dan kantor kas dengan rincian alamat sebagai berikut:

### 1. Kantor Pusat

Jl. Raya Pati- Tayu Km. 19 Waturoyo Margoyoso Pati. /Telp.

(0295)4150477

Fax.(0295)4150400

email.

[bprsama@yahoo.com](mailto:bprsama@yahoo.com)

### 2. Kantor Kas Winong

---

<sup>37</sup> <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7230/4/BAB%20III.pdf>

Jl. Raya Winong- Pucakwangi Km. 01 Ds. Pekalongan Kec.  
Winong Kab. Pati/ Telp. (0295) 4101241

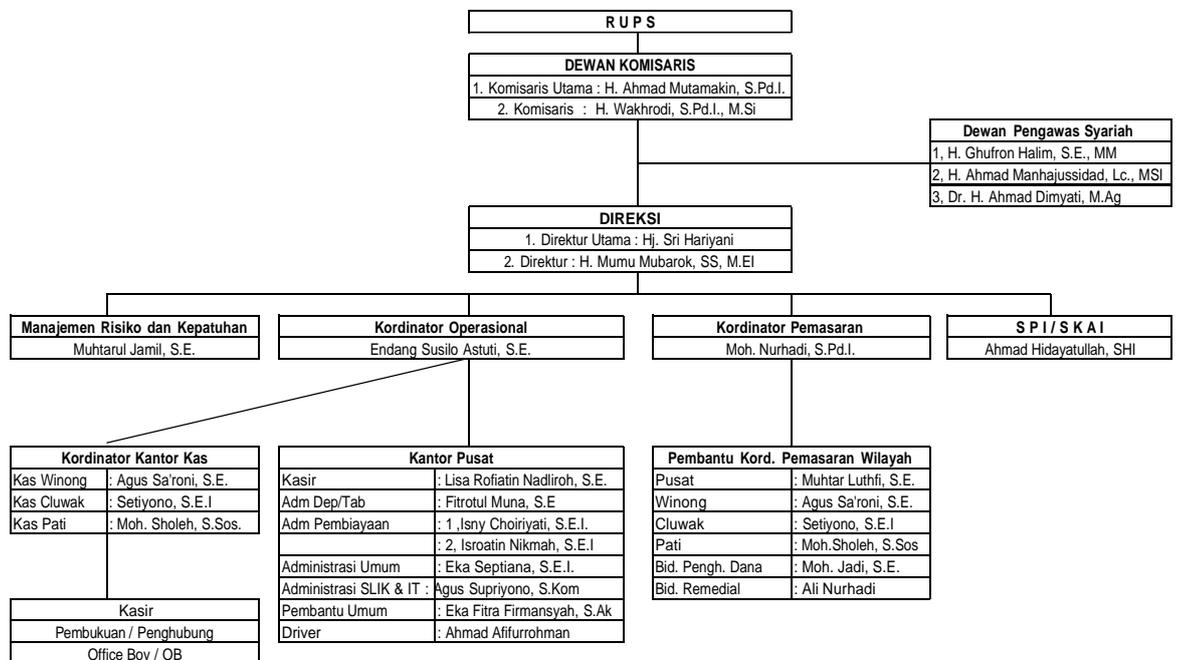
3. Kantor Kas Cluwak

Jl. Raya Tayu-Jepara Km. 07 Ds. Ngablak Kec. Cluwak Kab.  
Pati / Telp. (0295) 4545037<sup>38</sup>

**B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas**

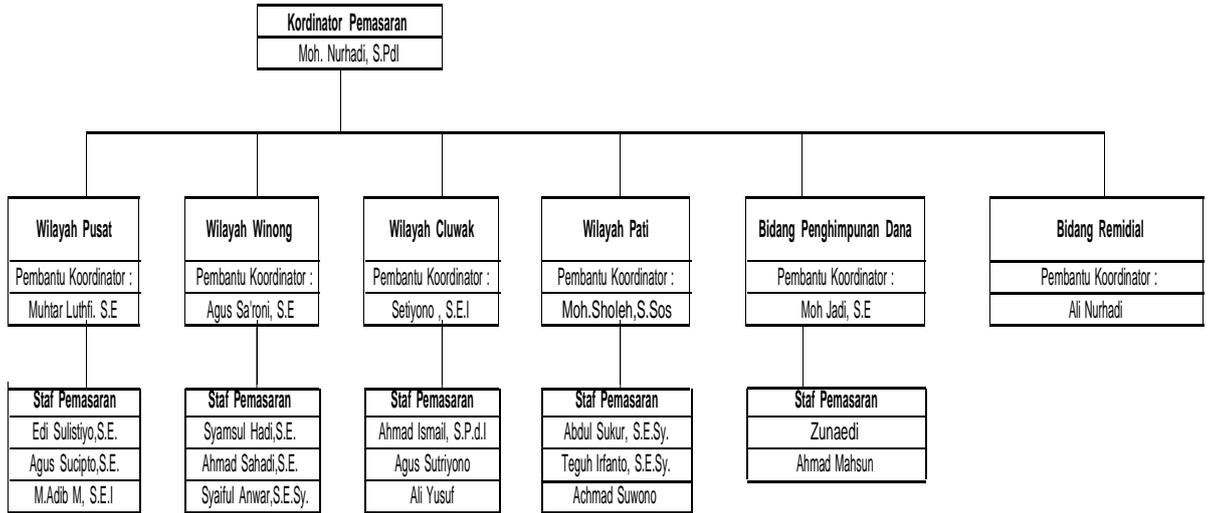
**1. Struktur Organisasi**

**STRUKTUR ORGANISASI PT BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI**

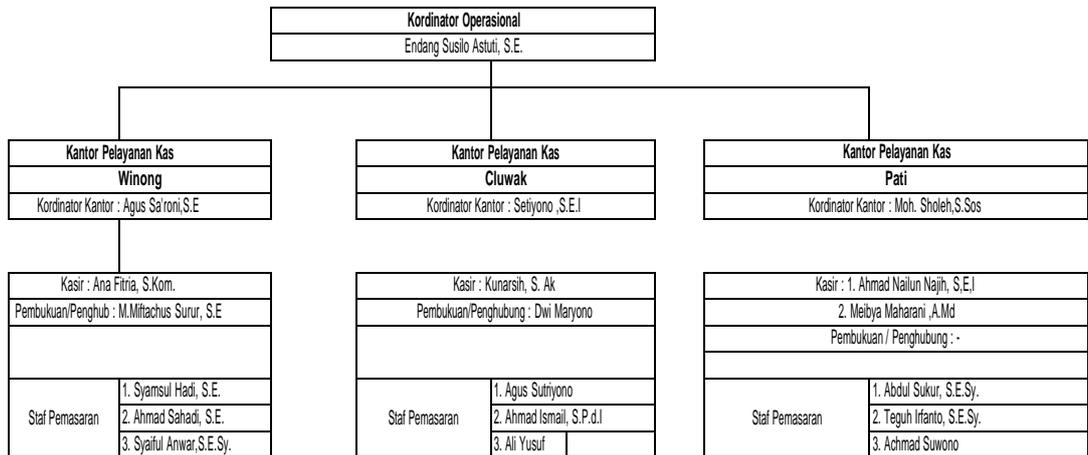


<sup>38</sup> Hasil observasi di PT. BPRS Artha Mas Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 10 Juni 2021.

**STRUKTUR ORGANISASI WILAYAH KERJA PEMASARAN  
PT BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI**



**STRUKTUR ORGANISASI KANTOR PELAYANAN KAS  
PT BPR SYARIAH ARTHA MAS ABADI**



## **URAIAN TUGAS**

### **a) Dewan Komersial**

Tugas :

- 1) Mengawasi pelaksanaan tugas-tugas direksi dalam mengkoordinasikan operasional perusahaan :
  - Apakah sudah mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.
  - Apakah direksi dalam pelaksanaan tugasnya selalu mentaati ketentuan dan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, baik oleh manajemen maupun Bank Indonesia.
- 2) Mengkoordinasikan penyelenggaraan RUPS dan menyampaikan perkembangan perusahaan kepada pemilik.
- 3) Menyusun konsep yang akan dimintakan pengesahaannya pada RUPS tentang hal-hal sebagai berikut :
  - Fisolosofi perusahaan.
  - Kebijakan umum dan kebijaksanaan usaha sebagai refleksi dari “Tujuan Perusahaan”
  - Strategi operasional perusahaan.
- 4) Mengkoordinasikan penyusunan dan penyampaian laporan Dewan Komisaris secara periodik ( Laporan Semesteran ) Kepada Bank Indonesia.
- 5) Memberikan arahan kepada direksi dalam mengimplementasikan filosofi perusahaan, kebijakan usaha dan stategi operasional guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- 6) Mengkoordinasikan (bersama direksi) penyusunan konsep rencana kerja dan anggaran pendapatan dan biaya tahunan perusahaan.

Tanggung Jawab :

- 1) Melakukan pengawasan organisasi sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif.

- 2) Melaporkan hasil – hasil pengawasan kepada pemegang saham melalui RUPS ( Rapat Umum Pemegang Saham )
- 3) Memberi nasehat dan arahan dalam hal-hal yang bersifat strategis kepada Direksi dalam menjalankan perusahaan.
- 4) Memberikan dukungan kerja kepada agar dapat tercapai optimalisasi pengguna sumber daya perusahaan.

**b) Direktur Utama**

Tugas :

- 1) Menyusun anggaran dan strategi rencana kerja tahunan untuk mencapai sasaran yang disetujui komisaris.
- 2) Mengkoordinasikan dan mengintegrasikan kegiatan dan kepentingan organisasi.
- 3) Melakukan pengelolaan strategi dalam rangka pengembangan bank yang sehat untuk tercapainya pertumbuhan tingkat laba, tingkat kesehatan, rasio pembiayaan bermasalah dan efisiensi bank pada tingkat yang optimal secara berkesinambungan.
- 4) Menjaga keseimbangan likuiditas yang optimal sehat dalam mengkoordinasikan aktivitas antara penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan dengan baik dan aman.
- 5) Menetapkan kebijaksanaan untuk menyusun sistem dan produser operasional.
- 6) Meningkatkan, memelihara dan mengamankan harta PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.
- 7) Memastikan langkah dan mengusulkan penyelesaian pinjaman bermasalah melalui jalur hukum dengan tetap berpedoman pada prinsip *cost and benefit*.
- 8) Meningkatkan keterampilan dan profesionalisme sumber daya manusia yang memiliki bank secara optimal untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas produktivitas yang telah ditetapkan.

- 9) Menindak lanjuti hasil evaluasi penilaian kinerja karyawan penyeleksi, penempatan yang sesuai disesuaikan dengan jabatan atau bidang kemampuannya.
- 10) Menjaga citra bank yang baik dan harmonis dengan masyarakat.
- 11) Menjaga tercapainya target yang sesuai dengan anggaran dasar yang telah di tetakan.
- 12) Menjaga eksistensi perseroan.
- 13) Menyusun dan mengevaluasi kebijakan mutu serta menjaga tetap konsistennya penerapan sistem manajemen yang baik.
- 14) Tugas dalam menerapkan prinsip mengenal nasabah pada operasional bank antara lain :
  - Menerapkan dan mengawasi pelaksanaan prinsip mengenal nasabah.
  - Memberi pengetahuan dan pelatihan bagi karyawan mengenai penerapan prinsip mengenal nasabah.
  - Mengenai nasabah yang dianggap mempunyai resiko tinggi termasuk penyelenggara negara, dan transaksi – transaksi yang dapat di kategorikan transaksi keuangan mencurigakan ( *suppocious transaction* ).

Tanggung Jawab :

- a) Kebenaran atas persetujuan kebijakan dan ketentuan lainnya.
- b) Kebenaran atas koreksi dan penandatanganan surat dan laporan.
- c) Kebenaran atas seluruh kegiatan operasional PT.BPR Syariah Artha Mas Abadi.
- d) Kebenaran atas tindak lanjut temuan.
- e) Kebenaran atas pembuatan kesepakatan – kesepakatan dengan pihak ketiga.
- f) Kebenaran atas negoisasi.
- g) Kebenaran atas persetujuan pengeluaran rutin sesuai dengan kewenangannya.

- h) Kebenaran atas penentuan bagi hasil pinjaman, Tabungan, Deposito serta tariff jasa lainnya.
- i) Kebenaran terhadap persetujuan/penolakan dan rekomendasi aplikasi pembiayaan maupun Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (PPAP).
- j) Kebenaran atas persetujuan pelatihan dan pengembangan pegawai.
- k) Kebenaran atas pembiaian dan pengarahan pelaksanaan tugas.
- l) Kebenaran atas penilaian prestasi kerja.
- m) Kebenaran atas perintah pelaksanaan tugas kepada Koordinator.
- n) Kebenaran atas teguran lisan/tertulis kepada staff.
- o) Kebenaran atas penegakan disiplin.
- p) Terjaminnya konsisten penerapan Sistem Manajemen.
- q) Bertanggung jawab atas penerapan prinsip mengenal nasabah pada semua operasional bank, antara lain :

- Bertanggung jawab atas penerapan dan pengawasan pelaksanaan prinsip mengenal nasabah.
- Bertanggung jawab atas pemberian pengetahuan dan pelatihan bagi karyawan bagi karyawan mengenai penerapan prinsip mengenal nasabah.
- Bertanggung jawab untuk menangani nasabah yang dianggap mempunyai resiko tinggi termasuk penyelenggara negara, dan transaksi-transaksi yang dapat dikategorikan transaksi keuangan mencurigakan (*suspicious transaction*).

#### **A. Direktur**

Tanggung jawab :

- a) Kebenaran atas dalam pembuatan kebijakan dan ketentuan lainnya.
- b) Kebenaran atas monitoring seluruh kegiatan operasional.
- c) Kebenaran atas negoisasi dengan nasabah.
- d) Kebenaran atas penetapan pengeluaran rutin.
- e) Kebenaran atas penetapan besarnya bagi hasil tabungan, deposito, dan tariff jasa lainnya.
- f) Kebenaran atas persetujuan/rekomendasi kelayakan usaha calon nasabah.

- g) Kebenaran atas usulan tindakan penyelesaian pinjaman bermasalah.
- h) Kebenaran atas laporan-laporan keuangan.
- i) Kebenaran atas prestasi kerja.
- j) Kebenaran atas pelaksanaan meeting tiap bagian dan antar bagian secara rutin.
- k) Kebenaran atas teguran lisan/tertulis kepada pegawai.
- l) Kebenaran atas penegakkan Disiplin.

Tugas :

- a) Bekerja sama dengan Direktur Utama dalam menyusun anggaran dan strategi rencana kerja.
- b) Mengkoordinasikan pelayanan dan pemrosesan operasional dengan baik , aman dan lancar.
- c) Bersama Direktur Utama mengontrol laporan keuangan dan laporan terkait lainnya untuk di sampaikan kepada Bank Indonesia, Dewan Komisaris, serta pihak terkait lainnya.
- d) Memastikan bahwa sistem dan prosedur oprasional kegiatan bank dilaksanakn sesuai ketentuan.
- e) Menindaklanjuti hasil evaluasi/pemeriksaan Bank Indonesia, Dewan Komisaris, dan SPI.
- f) Memelihara keharmonisan kerja antae bagian agar tercipta budaya kerja yang positif.
- g) Memberi pengarahan, dorongan motivasi, pembinaan dan bimbingan pada setiap karyawan.
- h) Melakukan evaluasi penilaian karyawan dan memberikan kesempatan bagi karyawan dalam pengembangan karir.
- i) Menindaklanjuti kebijakan dari Direktur Utama.
- j) Menanggapi keluhan nasabah sesuai dengan kewenangannya.
- k) Menjaga terciptanya citra yang baik dan hubungan yang harmonis dengan
- l) lingkungan.

- m) Membantu Direktur Utama dalam menyusun dan mengevaluasi kebijakan mutu serta menjaga tetap konsistennya penerapan sistem manajemen yang baik.
- n) Membantu Direktur Utama dalam penerapan prinsip mengenal nasabah pada oprasion bank, antara lain :
- Menerapkan dan mengawasi pelaksanann prinsip mengenal Nasabah.
  - Memberi pengetahuan atau pelatihan bagi karyawan mengenai penerapan pronsip mengenal Nasabah.
  - menangani nasabah yang dianggao mempunyai resiko tinggi termasuk penyelenggaraan Negara, dan atas transaksi-transaksi yang dapat dikategorikan Transaksi Keuangan Mencurigakan (suspicious transaction).

#### **B. Pembantu Koordinasi Pemasaran Wilayah**

Tugas :

- a) Memeriksa dan memebrikan persetujuan dalam bentuk paraf atas proposal pembiayaan di wilayah kerjanya.
- b) Memeriksa dan memberikan persetujuan dalam bentuk tanda tangan/paraf hasil analisa pembiayaan dari Account Officer.
- c) Melakukan survey lapangan lanjutan (bila perlu) atas jaminan yang diserahkan debitur.
- d) Memeriksa dan memberikan dalam bentuk paraf atas Kwitansi Penerimaan Angsuran (KPA) dan Kwitansi Serah Terima Angsuran (KSTA) yang akan diserahkan kepada instansi dan debitur berdasarkan daftar tagihan pembiayaan pegawai.
- e) Memeriksa dan menentukan tindak lanjut atas daftar (DTG).
- f) Memeriksa dan memberikan persetujuan dalam bentuk paraf pada surat teguran yang dikirimkan kepada debitur.
- g) Memeriksa dan memberikan persetujuan dalam bentuk paraf atas Surat Pemberitahuan Sita Jaminan (SPSJ).
- h) Memeriksa dan memberikan persetujuan dalam bentuk paraf atas Surat

Kuasa (SKS) untuk penyitaan jaminan.

- i) Ikut serta dengan bagian pemasaran dalam memasarkan dan menangani tabungan, deposito dan pembiayaan pada saat yang diperlukan.
- j) Ikut serta dengan Account Officer untuk melakukan pembinaan nasabah dalam rangka mengevaluasi dan menangani pembiayaan non lancar.

Tanggung Jawab :

- a) Terkoordinasinya kegiatan pemasaran di jajaran AO.
- b) Tercapainya pemasaran produk dan jasa sesuai target yang dibebankan di wilayah kerjanya.
- c) Terjaminnya hubungan nasabah dengan baik.
- d) Proses dan pemeliharaan pembiayaan.
- e) Penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- f) Terkoordinasinya penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- g) Pembinaan nasabah.
- h) Meningkatkan citra perusahaan termasuk berkaitan dengan promosi dan iklan.

### **C. Satuan Pengawas Intern**

Tugas :

- a) Melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan tata kerja dan prosedur di lingkungan perusahaan menurut ketentuan yang berlaku.
- b) Melakukan penanganan harian terhadap operasional, pembukuan dan keputusan manajemen secara umum.
- c) Mencatat pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan.
- d) Memantau penerapan sistem dan prosedur operasional pemberian pembiayaan dan/atau pelayanan lainnya kepada nasabah.
- e) Memantau pelaksanaan peraturan pemerintah, Bank Indonesia, dan kaidah-kaidah lainnya oleh perusahaan.
- f) Memberikan rekomendasi perbaikan atas temuan di lapangan kepada direksi.
- g) Memberikan saran atau pertimbangan kepada Direksi tentang langkah-

langkah atau tindakan-tindakan yang perlu diambil di bidang tugasnya.

Tanggung Jawab :

- a) Terjaganya asset perusahaan dari penggunaan yang menyimpang dari tujuan perusahaan.
- b) Terjaganya perusahaan dari praktek perbankan yang tidak sehat.
- c) Terhindarnya perusahaan dari konflik internal manajemen.
- d) Terhindarnya perusahaan dari praktek-praktek yang bertentangan dengan kode etik dan profesionalisme.
- e) Terjaganya hubungan lembaga perusahaan dengan lembaga audit eksternal Bank Indonesia, Akuntan Publik, maupun dewan komisaris.
- f) Terpantaunya proses pembukuan secara tepat, benar serta dapat dipertanggungjawabkan.
- g) Terpantunya proses aktivitas harian sesuai dengan taktik, strategi maupun kaidah-kaidah manajemen.
- h) Tersusunnya laporan-laporan pengawasan bulanan dan triwulanan untuk dilaksanakan di tingkat direksi.

#### **D. Administrasi Tabungan dan Deposito**

Tugas :

- a) Memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai syarat-syarat pembukaan rekening tabungan dan deposito serta karakteristik dari masing-masing produk.
- b) Mengontrol penggunaan blanko deposito (menurut register).
- c) Melaksanakan proses pembukaan dan pencairan deposito dan tabungan.
- d) Mengadministrasikan tabungan antara yang aktif dan non aktif dan kartu tabungan.
- e) Menghitung bagi hasil dan pajak deposito setiap tanggal pemberian bagi hasil atas rekening deposito.
- f) Mencatat bagi hasil dan pajak tabungan pada kartu tabungan.
- g) Mencocokkan posisi deposito/tabungan menurut catatan pembukuan.
- h) Melakukan verifikasi atas transaksi penyetoran tunai.

- i) Membuat laporan nominatif deposito/tabungan setiap bulan.
- j) Memerperbaharui kartu tabungan/buku tabungan yang rusak atau penuh.
- k) Mencocokkan specimen tanda tangan penabung dan mengarsipnya.
- l) Membuat rekap bagi hasil tabungan dan deposito yang kena pajak tiap akhir bulan.
- m) Mencatat transaksi penyetoran tunai dan penarikan tunaike dalam kartu tabungan dan buku tabungan nasabah.
- n) Membuat register mutasi tabungan/deposito setiap hari.
- o) Memberikan tanda pada buku tabungan yang rekeningnya telah ditutup oleh nasabah.
- p) Menerbitkan dan memproses Bilyet Deposito.
- q) Memeriksa tanggal jatuh tempo deposito secara berkala dan memberitahukan data nasabah yang depositonya telah jatuh tempo kepada *customer service* untuk dikonfirmasi.
- r) Melakukan updating atas database nasabah yang melakukan perpanjangan deposito.
- s) Melakukan pengecekan database nasabah guna keperluan pengkinian data.
- t) Melaporkan kegiatan transaksi yang mencurigakan.
- u) Melaksanakan prinsip mengenal nasabah (Know Your Customer Principle).
- v) Memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada calon nasabah atau nasabah yang datang ke BPRS.
- w) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berhubungan dengan administrasi tabungan dan deposito.

Tanggung Jawab :

- a) Menguji keabsahan dan kebenaran pembukaan rekening tabungan dan deposito.
- b) Menjaga ketertiban pembukuan penutupan rekening tabungan dan deposito.
- c) Menjaga ketertiban pengadministrasian bilyet deposito dan buku tabungan.

- d) Melaksanakan pembukuan pemberian bagi hasil tabungan dan deposito serta pemotongan pajaknya.
- e) Menjaga password tabungan dan deposito pada program.
- f) Menjaga keteraturan penyampaian bukti-bukti pembukuan tabungan dan deposito.
- g) Menjaga ketertiban penyimpanan dokumen-dokumen deposito dan tabungan.

#### **E. Koordinasi Bagian Operasional / Umum**

Tugas :

- a) Memantau proses pembukuan mulai pencatatan transaksi sampai laporan-laporan.
- b) Menjaga keakuratan proses pembukuan.
- c) Melakukan proses verifikasi transaksi pembukuan berdasarkan bukti pembukuan yang ada.
- d) Menyetujui pembukuan dan penutupan transaksi.
- e) Memastikan semua kegiatan bagian operasional telah di buku pada hari tersebut.
- f) Memeriksa transaksi harian.
- g) Memberikan laporan keuangan kepada direksi.
- h) Mencetak laporan keuangan seperti neraca, laba rugi, buku besar, buku besar
- i) pembantu, dan lain-lain.
- j) Menyediakan data untuk membuat perencanaan dan anggaran keuangan tahunan.
- k) Memproses dan menata pengambilan dan penyetoran uang ke bank lain.
- l) Menyiapkan laporan-laporan untuk Bank Indonesia sesuai dengan ketentuan ketentuan yang berlaku.
- m) Menyiapkan perhitungan, pelaporan, dan pembayaran pajak bulanan dan tahunan serta menyampaikannya ke kantor pelayanan pajak setempat.
- n) Membuat laporan kepada LPS sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

- o) Bertanggungjawab atas penyimpanan, keamanan dan penggunaan bilyet deposito dan buku tabungan.
- p) Memberikan masukan kepada direksi dalam pembuatan perencanaan anggaran maupun kebijakan operasional.
- q) Menampung keluhan-keluhan atau saran-saran dari nasabah maupun karyawan bagian layanan untuk diteruskan kepada direksi.
- r) Melaporkan kegiatan transaksi yang mencurigakan.
- s) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berkaitan dengan tugas koordinator umum.
- t) Melaksanakan prinsip mengenal nasabah (Know Your Customer Principle).

Tanggung Jawab :

- a) Bertanggungjawab penuh dalam melaksanakan koordinasi dan pelaksanaan kegiatan bagian-bagian pelayanan dan menata laksanakan akuntansi harian.
- b) Menjamin kecukupan persediaan uang tunai sehingga terjaga likuiditas.
- c) Menjaga kelancaran hubungan kerja bagian layanan.
- d) Menjaga kelancaran proses aplikasi pembukuan dan pengarsipan.

#### **F. Staf Umum**

Tugas:

- a) Monitoring kehadiran karyawan.
- b) Monitoring pelaksanaan jadwal pembacaan doa pagi dan sore.
- c) Membuat usulan penelitian ATK dan barang cetak.
- d) Update persediaan ATK dan barang cetak.
- e) Monitoring kelayakan inventaris kantor (komputer, kendaraan, mesin tik, dll).
- f) Tugas-tugas protokoler (sesuai kebutuhan).
- g) Membuat surat keluar , menerima surat masuk, pengarsipan surat dan lamaran kerja yang masuk.

- h) Pembebanan : penyusunan inventaris dan amortisasi biaya dibayar dimuka.
- i) Membuat draf gaji direksi, karyawan, serta honorarium komisaris dan DPS untuk diajukan ke direksi.
- j) Membantu koordinator umum dalam membuat buku besardan buku pembantu.
- k) Membantu koordinator umum dalam membuat laporan-laporan yang dibutuhkan oleh BI, LPS, dan pihak-pihak yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan yang berlaku.
- l) Membantu surat keterangan yang berkaitan dengan barang jaminan sesuai dengan permintaan nasabah, surat keterangan yang menyatakan barang milik nasabah menjadi barang jaminan BPRS.
- m) Memelihara sarana komunikasi jaringan data sehingga fasilitas online selalu terjaga.
- n) Melaksanakan tugas insidental dari atas.

Wewenang :

- a) Membantu instalisasi dan setup atas jaringan lokal (LAN = Local Area Network).
- b) Melakukan pemeliharaan keamanan jaringan.
- c) Membuat user aksesnya untuk para masing-masing user.
- d) Melakukan tindakan preventif untuk menjamin keamanan sistem jaringan dan computer perusahaan.
- e) Mengusulkan hardware dan software computer sesuai dengan kebutuhan.

#### **G. Pembantu Umum**

Tugas:

- a) Membersihkan halaman sekitar kantor.
- b) Membersihkan kamar mandi dan musholla setiap hari.
- c) Membersihkan ruangan kantor dan lantai.
- d) Mempersiapkan air minum untuk komisaris, DPS, Direksi, dan semua pegawai.

- e) Membuang sampah di tempat yang sudah di sediakan.
- f) Membersihkan kaca depan atau samping kantor.
- g) Memberi bahan pengharum ruangan bila di perlukan.
- h) Membersihkan meja, kursi, tun bank, dll.
- i) Menata semua peralatan kantor termasuk peralatan dapur.
- j) Merawat dan menyiram bunga.
- k) Mengontrol cadangan air mineral.
- l) Bersedia untuk di minta bantuannya dalam rangka kepentingan dinas.
- m) Mempersiapkan makanan dan minuman untuk tamu.
- n) Bersedia untuk tinggal di mess kantor dan menjaga kebersihan mess.
- o) Membuka dan menutup pintu kantor.
- p) Menaikkan dan menurunkan bendera.
- q) Merawat inventaris sepeda montor yang ada di kantor.
- r) Melaksanakan tugas insidental dari atasan.

Tanggung Jawab:

- a) Terciptanya kebersihan dan kerapihan seluruh ruangan kantor.
- b) Menjaga keamanan dan keutuhan seluruh perlengkapan dan peralatan milik perusahaan yang ada dikantor.

## **H. Sopir**

Tugas:

- a) Bersama pembantu umum membersihkan kantor.
- b) Merawat mobil inventaris.
- c) Selalu siap melayani kebutuhan direksi dan seluruh pegawai yang akan menggunakan mobil inventaris setelah mendapat persetujuan direksi.
- d) Melaksanakan tugas insidental dari atasan.

Tanggung Jawab:

- a) Terawatnya mobil inventaris.
- b) Terciptanya kebersihan dan kerapihan seluruh ruangan kantor.

## **I. Staf Pemasaran**

Tugas :

- a) Memasarkan produk-produk dan jasa layanan yang dimiliki perusahaan.
- b) Membuat rencana kunjungan kepada nasabah.
- c) Melaksanakan target yang telah dibebankan oleh perusahaan dalam memperoleh pendapatan.
- d) Melakukan proses kelengkapan data serta analisa atas pengajuan permohonan pembiayaan untuk menjamin kecerahan proses pengajuan proposal pembiayaan kepada komite.
- e) Memberikan presentasi dihadapan direksi untuk pembiayaan tertentu baik yang sudah diputus maupun yang sudah bermasalah.
- f) Melaksanakan pembinaan dan monitoring atas aktifitas nasabah serta memastikan usaha nasabah berjalan dengan baik sebagaimana yang di proyeksikan dalam analisa.
- g) Membina hubungan baik dengan nasabah funding dan lending.
- h) Mencari informasi tentang karakter, kegiatan usaha, dan produk usaha dari nasabah maupun calon nasabah untuk menggambarkan kelangsungan usaha nasabah yang sedang dibiayai.
- i) Mengadakan pengawasan pembiayaan baik secara administratif maupun dilapangan.
- j) Mengadakan penagihan tunggakan pembiayaan nasabah sehingga tetap dalam kolektifitas lancar.
- k) Mengidentifikasi dan mengamankan resiko-resiko nasabah yang akan timbul.
- l) Melakukan analisa atas pembiayaan nasabah sehingga tetap dalam kolektifitas lancar.
- m) Membuat laporan bulanan atas pencapaian pendapatan dari account.
- n) Menyampaikan informasi dan menyusun laporan potensi pasar untuk pengembangan produk.
- o) Melakukan pembinaan secara rutin terhadap nasabah.
- p) Mengutamakan prinsip kehati-hatian (prudential banking) dan menerapkan prosedur pembiayaan yang sehat dalam penyaluran dana.

- q) Dalam menjalankan funding selalu menerapkan prinsip mengenal nasabah (Know Your Customer Principles).
- r) Melaksanakan tugas insidental dari batasan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

Tanggung Jawab :

- a) Terlaksananya kegiatan pemasaran.
- b) Tercapainya target pemasaran produk.
- c) Tejamannya administrasi pembiayaan yang tertib.
- d) Terjaminnya hubungan nasabah dengan baik.
- e) Terlaksananya proses pemasaran sesuai prosedur.
- f) Penyelesaian pembiayaan bermasalah.
- g) Pembinaan nasab.
- h) Meningkatkan citra perusahaan di masyarakat.

#### **J. Koordinator Kantor Pelayanan Kas**

Tugas :

- a) Membantu manajemen dalam menjabarkan kegiatan perencanaan, pelaksanaan, serta pemantauan sistem dan prosedur bagi unit kerja KPK.
- b) Mengidentifikasi kemungkinan peningkatan efisiensi pada jajaran KPK termasuk merencanakan sumber daya manusia yang dibutuhkan suatu KPK.
- c) Menyusun rencana kerja secara periodic yang mrnyangkut pembinaan dan pengembangan KPK.
- d) Mengkoordinasikan kegiatan pelaksanaan system dan prosedur yang telah di tetapkan dengan tingkatan manajemen yang terkait.

Tanggung Jawab:

- a) Menjamin kebenaran dan kecukupan kas kecil tiap hari.
- b) Menjaga kelancaran hubungan kerja antar bagian layanan.
- c) Menjaga kebenaran dan keamanan transaksi angsuran pembiayaan dan mutasi tabungan dan deposito.

- d) Menjaga kebenaran daftar rekapitulasi angsuran pembiayaan, setoran tabungan dan deposito, serta pengambilan tabungan dan deposito.

#### **K. Dewan Komesaris**

Tugas:

- a) Mengawasi pelaksanaan tugas-tugas direksi dalam mengkoordinasikan operasional perusahaan:
- Apakah sudah mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.
  - Apakah direksi dalam pelaksanaan tugasnya selalu mentaati ketentuan dan peraturan-peraturan yang telah ditetapkan, baik oleh manajemen maupun Bank Indonesia.
- b) Mengkoordinasikan penyelenggaraan RUPS dan menyampaikan perkembangan perusahaan kepada pemilik.
- c) Menyusun konsep yang akan di mintakan pengesahannya pada RUPS tentang hal-hal sebagai berikut:
- Filosofi perusahaan.
  - Kebijakan umum dan kebijakan usaha sebagai refleksi dari “Tujuan Perusahaan”.
  - Strategi operasional perusahaan.
- d) Mengkoordinasikan penyusunan dan penyampaian laporan dewan komisaris secara periodik (laporan Semesteran) kepada Bank Indonesia.
- e) Memberikan arahan kepada direksi dalam pengimplementasikan filosofi perusahaan, kebijakan umum, kebijakan usaha dan strategi operasional guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan.
- f) Mengkoordinasikan (bersama direksi) penyusunan konsep rencana kerja dan anggaran pendapatan dan biaya tahunan perusahaan.

Tanggung Jawab:

- a) Melakukan pengawasan organisasi sehingga tercipta suasana kerja yang kondusif.

- b) Melaporkan hasil-hasil pengawasan kepada pemegang saham melalui RUPS.
- c) Memberi nasehat dan arahan dalam hal-hal yang bersifat strategis kepada direksi dalam menjalankan perusahaan.
- d) Memberi dukungan kerja kepada direksi agar dapat tercapai optimalisasi pengguna sumber daya perusahaan.

### **C. Ruang Lingkup Usaha**

Dalam menjalankan operasionalnya BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati berusaha memberikan pelayanan bagi para anggota dan calon anggota yang ada diwilayah Pati dan sekitarnya. Sampai saat ini daerah operasional yang telah dilayani adalah: <sup>39</sup>

- a) Kecamatan Margoyoso
- b) Kecamatan Tayu
- c) Kecamatan Trangkil
- d) Kecamatan Cluwak
- e) Kecamatan Winong
- f) Kecamatan Jepara

Dalam proses pelayanannya memberikan BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati kemudahan bagi para anggota maupun calon anggotanya dalam bertransaksi. Kemudahan proses transaksi ini diwujudkan dalam berbagai jenis produk layanan BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati yang ditawarkan kepada anggota maupun calon anggota, berupa produk simpanan atau tabungan maupun produk pembiayaan yaitu:

#### **1) Produk-Produk PT. BPRS Artha Mas Abadi**

##### **➤ Produk Simpanan**

- a) Tabungan iB Wadi'ah

Tabungan iB Wadiah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem titipan (wadiah). Dengan beberapa

---

<sup>39</sup> [https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/) diakses pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 06.15 WIB.

ketentuan yaitu, setoran awal minimal Rp. 25.000,- , dapat diambil kapan saja (on call) dan bonus (athaya') yang kompetitif.

b) Tabungan iB Mudharabah

Tabungan iB Mudharabah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem bagi hasil (mudharabah).

c) Tabungan iB Pendidikan

Membantu anda dalam merencanakan biaya pendidikan anak. Dengan ketentuan: Setoran awal minimal Rp. 5000,- Setoran selanjutnya minimal tidak ditentukan, Setoran maksimum Rp. 1000,- perbulan. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian. Jangka waktu menyesuaikan dengan jenjang pendidikan anak.

d) Tabungan iB Haji

Membantu mewujudkan niat anda beribadah haji lebih mudah dan terencana. Dengan ketentuan:

- Setoran awal minimal Rp. 100.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000,- perbulan. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian. Pengambilan tabungan hanya dapat dilakukan untuk pembayaran ongkos naik haji (ONH).

e) Tabungan iB Masa Depan

Membantu anda dalam merencanakan masa depan (rencana pernikahan, persalinan, hari tua, dll). Dengan ketentuan:

Setoran awal minimal Rp. 100.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000,- Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian. Jangka waktu minimal 3 tahun.

f) Tabungan iB Qurban

Membantu merencanakan dan mewujudkan niat

anda untuk melaksanakan Ibadah Qurban. Dengan ketentuan: Setoran awal minimal Rp. 50.000,- Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,- perbulan. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian. Penarikan tabungan dapat dilakukan pada awal Bulan Dzulhijjah atau jika pengendapan sudah sampai satu tahun.

g) Deposito iB Mudharabah

Deposito iB Mudharabah merupakan layanan investasi berjangka yang dikelola dengan sistem bagi hasil (Mudharabah). Dengan ketentuan:

Setoran minimal Rp. 1.000.000,- Jangka waktu 3, 6, dan 12 bulan. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian. Pencairan bisa dilakukan pada saat jatuh tempo.

h) Keunggulan Produk Penghimpunan Dana

Keunggulan produk penghimpunan dana PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi adalah:

Dikelola dengan sistem syariah. Bagi hasil atau bonus kompetitif. Bebas biaya administrasi bulanan. Dijamin oleh LPS (Lembaga Penjaminan Syariah) sampai dengan 2 Milyar Rupiah. Menjadi salah satu alternatif untuk merencanakan masa depan lebih baik. Menjadi salah satu alternatif investasi yang aman dan terpercaya. Mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang nyaman. Mendapatkan souvenir menari langsung pada saat pembukaan rekening. Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan. Mendapatkan bingkisan berupa perlengkapan sekolah untuk tabungan pendidikan. Sedangkan syarat pembukaan rekening seperti syarat pada lembaga keuangan yang lain yaitu:

- Melampirkan formulir pembukaan rekening tabungan atau deposito.
- Melampirkan Foto Copy identitas diri berupa

KTP/SIM/Kartu Pelajar.Melampirkan Foto Copy  
Akta Kelahiran (untuk tabungan pendidikan).

➤ **Produk Pembiayaan**

**a) Pembiayaan iB Murabahah**

Pembiayaan iB Murabahah merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip jual beli. Pembiayaan murabahah adalah jual beli dengan harga asal ditambah keuntungan yang disepakati antara pihak bank dan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepakatan. Dalam pelaksanaannya PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi memberikan solusi terhadap seseorang yang akan membeli barang konsumtif, tetapi belum mempunyai dana yang mencukupi. Pembelian ini dapat berupa pembelian sepeda motor, alat-alat elektronik, kebutuhan rumah tangga, bahan-bahan dagangan dan lain-lain. Pembiayaan murabahah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi tidak menggunakan bunga dalam mengambil keuntungan tetapi menggunakan margin (keuntungan pada pihak bank) yang telah disepakati dalam akad. Pembayaran pembiayaan murabahah dilakukan setiap bulan dengan membayar pokok dan ditambah margin. Syarat pengajuan pembiayaan ini adalah:

- Mengisi formulir permohonan.
- Foto Copy KTP suami istri, KK dan Surat Nikah.
- FC STNK atau SHM (sertifikat hak milik).
- Agunan sertifikat atau BPKB kendaraan bermotor atau cash collateral.
- Melampirkan daftar rencana pembelian barang.

**b) Pembiayaan iB Musyarakah**

Pembiayaan iB Musyarakah merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil. Musyarakah adalah perjanjian kerjasama antara dua pihak atau beberapa pihak, baik mengenai modal ataupun pekerjaan atau usaha untuk memperoleh keuntungan bersama. Dalam

pelaksanaannya PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi akad musyarakah dilakukan dengan bentuk kerjasama dengan petani dalam usaha pertanian. Dalam perjanjiannya akad ini menggunakan prinsip bagi hasil. Proyeksi usaha dilakukan diawal agar dapat mengetahui gambaran besarnya keuntungan yang didapat sehingga dapat ditentukan besaran bagi hasil untuk kedua belah pihak. Pembayaran pada akad musyarakah dilakukan setelah nasabah sudah panen. Lama pembiayaan ini adalah 4, 5 dan 6 bulan. Syarat pengajuan pembiayaan ini adalah :

- Mengisi formulir permohonan.
- Foto Copy KTP suami istri, KK dan Surat nikah.
- FC STNK atau SHM (sertifikat hak milik).
- Agunan sertifikat atau BPKB kendaraan bermotor atau cash collateral.
- Melampirkan legalitas usaha (bukti usaha pertanian).
- Melampirkan rencana biaya pengeluaran dan pemasukan hasil pertanian.

**c) Pembiayaan iB Multijasa**

Pembiayaan IB Multijasa merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan akad ijarah. alam dunia perbankan, seseorang yang ingin mengajukan pembiayaan salah satu syaratnya harus mempunyai usaha yang diajukan untuk dibiayai, tetapi jika pembiayaan ini dilakukan untuk kebutuhan non-usaha maka solusinya adalah dengan pembiayaan multijasa. Pembiayaan multijasa merupakan pembiayaan yang dikhususkan sebagai solusi persoalan keuangan yang berkaitan dengan biaya pendidikan, biaya kesehatan, biaya perjalanan umroh, maupun biaya pernikahan atau khitanan. Pembiayaan iB Multijasa yang ditawarkan kepada nasabah memakai prinsip syariah dengan menggunakan akad ijarah, dengan jangka waktu yang ditawarkan 10 s/d 60 bulan dengan ujroh atau fee yang relatif ringan. Keunggulan dari Pembiayaan iB Multijasa diantaranya proses cepat dan mudah serta ujroh atau fee yang murah dan kompetitif. Syarat pengajuan pembiayaan ini adalah:

- Mengisi formulir permohonan.
- Foto Copy KTP suami istri dan KK.
- gunan sertifikat atau BPKB kendaraan bermotor atau cash collateral.
- Melampirkan rencana kebutuhan.

#### **d) Pembiayaan iB Gadai Emas**

Pembiayaan iB Gadai Emas merupakan pembiayaan dengan menggunakan prinsip qardh, ijarah dan rahn. Pembiayaan iB Gadai Emas merupakan solusi permasalahan keuangan tanpa harus kehilangan barang-barang perhiasan nasabah. Keunggulan dari Pembiayaan iB Gadai Emas diantaranya, proses cepat dan mudah, biaya penyimpanan kompetitif, dikelola secara syariah, jangka waktu 4 bulan dan dapat diperpanjang. Gadai emas dilakukan dengan menggunakan akad rahn, qardh dan ijarah. Praktek pembiayaan ini seperti pada lembaga pegadaian, tetapi khusus menggunakan emas.

Emas yang dijadikan jaminan akan ditaksir berapa kadar karatnya sehingga harga emas dapat diketahui secara lebih adil. Setelah itu baru ditimbang beratnya. Pembiayaan yang diberikan tidak lebih dari 75% dari harga emas saat penaksiran. Persyaratan iB Gadai Emas yaitu mengisi formulir pendaftaran, foto copy KTP dan menyerahkan agunan berupa emas beserta surat- surat atau kwitansinya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pemasaran**

Aktivitas pemasaran memiliki peranan penting dalam kegiatan usaha perusahaan maupun lembaga keuangan, guna mencapai sebuah profit yang direncanakan. Kegiatan pemasaran perusahaan maupun lembaga keuangan perlu terkoordinasi dan terarah agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam hal ini perencanaan strategi pemasaran yang efektif dan tepat membantu perusahaan maupun lembaga keuangan untuk bersaing dan mempertahankan eksistensinya di pasar.<sup>40</sup>

Pada lembaga keuangan mikro seperti PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati perlunya strategi pemasaran agar dapat bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanannya, salah satu produk yang diperkenalkan PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati adalah produk simpanan pelajar. Simpanan pelajar merupakan produk simpanan Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang ditujukan untuk memudahkan perencanaan biaya sekolah bagi putra-putri anggota atau calon anggota. Dengan cara menyimpan dananya di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati, simpanan ini menggunakan akad wadi'ah dimana anggota yang menabung akan mendapatkan bonus setiap bulannya.

Sebelum menetapkan strategi pemasaran perusahaan harus terlebih dahulu melihat keadaan pasar sehingga dapat ditentukan target pasar yang akan dituju serta besarnya peluang yang diharapkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Demikian pula penetapan strategi pemasaran oleh PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati perlu dilakukan secara tepat agar tujuan dapat tercapai.

PT.BPRS Artha Mas Abadi mensosialisasikan sebagai lembaga keuangan syariah yang amanah, memposisikan diri sebagai lembaga keuangan yang tugas utamanya adalah mengumpulkan dana masyarakat

---

<sup>40</sup> Serian Wijianto, Pengantar Entrepreneurship, h.170

lalu menyalurkannya kepada masyarakat, sehingga PT BPRS Artha Mas Abadi menjadi solusi terbaik dalam memberikan fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat.

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpel di BPRS Artha Mas Abadi Pati adalah:

1. Segmentasi Perusahaan BPRS Artha Mas Abadi Pati memiliki segmentasi pasar secara khusus. Berikut kriteria yang dibutuhkan :
  - a) Dari segi pemasaran BPRS Artha Mas Abadi Pati lebih memfokuskan kepada anak-anak dan remaja karena adanya persyaratan mudah dan ringan memudahkan masyarakat yang ingin menjadi nasabah dan menyimpan uangnya secara halal di produk tabungan simpanan pelajar pelajar tersebut.
  - b) Dari segi pekerjaan: pelajar, mahasiswa, pegawai, pedagang dan sebagainya.
2. Targeting Untuk target pasar BPRS Artha Mas Abadi Pati menargetkan untuk semua masyarakat khususnya pelajar agar belajar menabung sejak dini, kepada tabungan simpanan pelajar yang sangat mudah dan ringan sehingga tidak ada alasan bagi pelajar atau mahasiswa untuk sulit menabung. Mudah memilikinya, mudah penyetorannya serta mudah pengolahannya dananya. Hanya dengan mendatangi kantor BPRS Artha Mas Abadi Pati dan mengisi formulir syarat pembukaan rekening tabungan simpel yaitu :
  - Tabungan perorangan dengan prinsip wadi'ah (titipan)
  - Memiliki bukti identitas sebagai warga negara Indonesia
  - Tidak diperkenankan untuk rekening bersama dengan status "dan/atau"
  - Satu orang hanya memiliki satu rekening di BPRS Artha Mas Abadi Pati untuk produk yang sama, kecuali bagi orang kecuali bagi para tua yang membuka rekening untuk anak yang masih

dibawah perwakilan. Adapun dokumen yang harus dilengkapi yaitu:

- a) Aplikasi pembukaan rekening tabungan.
  - b) Kartu identitas yang berlaku (KTP/SIM/paspor)
  - c) NPWP atau surat pernyataan terkait kepemilikan NPWP
  - d) Untuk usia <17 tahun/pelajar.
3. Positioning PT BPRS Artha Mas Abadi Pati mensosialisasikan sebagai mitra yang amanah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat, sehingga BPRS Artha Mas Abadi merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat dengan menggunakan sistem bagi hasil dalam proses yang cepat, praktis, dan mentenramkan serta jangka waktu tertentu yang fleksibel.<sup>41</sup>
4. Marketing Mix Untuk mencapai target pasar, diperlukan marketing mix atau bauran pemasaran. Karena inilah yang terlihat dipasar, oleh sebab itu BPRS Artha Mas Abadi memiliki beberapa strategi dalam pemasaran adalah sebagai berikut :<sup>42</sup>
- 1) Strategi produk adalah penerapan strategi produk tabungan simpanan pelajar(Simpel) ini dengan menampilkan mutu dari produk tabungan simpel tersebut. Sehingga dapat memenuhi kegiatan pasar sasaran. Mutu dari produk ini meliputi pemberian berbagi keuntungan yang terdapat di dalam karakteristik pada produk antara lain :
    - a) Bebas biaya administarasi bulanan.
    - b) Bebas biaya penarikan tunai di Counter teller.
    - c) Bebas biaya penggantian buku tabungan apabila hilang/rusak untuk pertama kalinya.
    - d) Memperoleh bagi hasil bulanan yang menarik.

---

<sup>41</sup> Standar Operasional Prosedur(SOP)BPRS Artha Mas Abadi,Pati:25 Febuary 2022

<sup>42</sup> Standar Operasional Prosedur(SOP)BPRS Artha Mas Abadi,Pati:25 Febuary 2022

- 2) Strategi harga adalah salah satu unsur marketing yang penting, harga juga berdampak pada jumlah penjualan, sedangkan unsur lainnya merupakan unsur pendukung yang merupakan suatu kesatuan dalam marketing mix. Penerapan strategi pemasaran tabungan simpel dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil. Bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank sesuai kesepakatan bersama antara bank dan nasabah.

Target pemasaran PT.BPRS Artha Mas Abadi menargetkan untuk semua masyarakat terkhusus pelajar agar dapat belajar menabung sejak dini, untuk tabungan Simpel yang mudah dan ringan dalam pembuatannya sehingga tidak ada alasan bagi pelajar untuk sulit menabung. Dengan mudah penyetorannya dan penarikannya serta mudah dalam pengolahan dananya. Hanya dengan mendatangi salah satu dari keempat kantor PT.BPRS Artha Mas Abadi atau pembukaan rekening tabungan di sekolah yang telah menjalin kerja sama dengan bank. Dalam hal pembukaan rekening dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan, orang tua/wali dapat memberi kuasa kepada pihak lembaga pendidikan (pejabat yang di tunjuk) untuk melakukan pembukaan, penarikan, dan penutupan rekening Simpel dan mengisi formulir pembukaan rekening tabungan simpel.

## **B. Upaya – Upaya Promosi**

Dalam memperkenalkan produk tabungan simpanan pelajar, PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati menggunakan berbagai upaya-upaya untuk mempromosikan produknya dengan tujuan agar dapat menarik nasabah untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati. Upaya upaya tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Memberikan hadiah menarik pada setiap pembukaan rekening (syarat dan ketentuan berlaku), Adapun Syarat sebagai berikut :
  - a. Permohonan Pembukaan rekening tabungan

- b. Kartu contoh tanda tangan
- c. Fotocopy KTP orang tua/wali
- d. Fotocopy kartu pelajar atau surat keterangan sebagai pelajar dari lembaga pendidikan
- e. Pengurus lembaga dapat menjadi wali dan penunjukannya dituangkan dalam perjanjian kerja sama.

Adapun ketentuan sebagai berikut :

- a. Bank memberikan reward kepada seluruh pelajar berupa alat tulis sekolah setiap satu tahun satu kali.
  - b. Bank memberikan insentif kepada lembaga pendidikan setiap satu tahun satu kali.
2. Reward tahunan berupa souvenir alat tulis sekolah kepada masing-masing pelajar yang dikategorikan lembaga aktif melakukan setoran berkala.
  3. Memberikan reward kepada lembaga yang sudah bekerjasama, dengan berupa souvenir (kondisional).
  4. Melakukan pelayanan dilokasi sebagai upaya memudahkan transaksi kepada anak-anak sekolah.

### **C. Hambatan dalam Pemasaran**

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran selalu ada hambatan, dan setiap hambatan yang dialami pasti ada solusi yang diberikan. Maka pada sub bab ini penulis akan menjelaskan hambatan dan solusi dalam pemasaran Produk tabungan Simpanan Pelajar pada PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati :

- a. Hambatan Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar  
Adanya persaingan dengan lembaga keuangan lainnya, Persaingan ini juga menjadi hambatan dalam memasarkan karena produk yang diberikan biasanya memiliki keunggulan yang berbeda tipis yang menjadikan nasabah ragu untuk memilih produk tersebut.
- b. Nasabah minim informasi Tabungan Simpanan Pelajar, Kurangnya informasi produk simpanan pelajar dalam pengembangan bauran

pemasaran nasabah terhadap produk dan jasa. PT.BPRS Artha Mas Abadi memiliki banyak produk simpanan pelajar untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. Pengenalan produk tabungan simpanan pelajar dalam pemasarannya nasabah memperoleh informasi yang minim, sehingga nasabah belum paham dengan produk tabungan simpanan pelajar secara jelas.

- c. Pelayanan On-time dilokasi juga belum ada (layanan bank mobile) yang bisa menetap atau stand-bay di sekitar sekolah atau lembaga yang dikunjungi sebagai target.

Adanya hambatan yang dialami oleh BPRS Bapak Jadi memberikan beberapa solusi untuk mengatasi hambatan tersebut, diantaranya :

- a. Untuk meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar maka PT. BPRS Artha Mas Abadi memperkenalkan produk yang ditawarkan kepada masyarakat atau mahasiswa secara meluas, dengan memasarkan ketempat-tempat umum, penyebaran brosur, dan pemasangan iklan di televise atau di pinggir jalan.
- b. Melakukan pendekatan kepada nasabah tentang Tabungan Simpanan Pelajar dan memberikan informasi yang jelas, dan tepat kepada nasabah agar mudah dipahami. Sebuah informasi yang jelas akan memudahkan nasabah untuk memahami tentang Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel).
- c. Untuk menyelesaikan permasalahan dalam persaingan tingkat suku bunga, BPRS tetap akan melakukan segala upaya untuk memberikan informasi sesuai dengan kegunaan serta ketentuan yang telah ditetapkan sejak pertama kali Produk Simpanan Pelajar di luncurkan. Dan menawarkan keuntungan sesuai yang diterbitkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Perlunya strategi pemasaran yang dilakukan PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati yaitu agar dapat bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanannya, salah satu produk yang diperkenalkannya. Target pemasaran PT.BPRS Artha Mas Abadi menargetkan untuk semua masyarakat terkhusus pelajar agar dapat belajar menabung sejak dini, untuk tabungan Simpel yang mudah dan ringan dalam pembuatannya sehingga tidak ada alasan bagi pelajar untuk sulit menabung. Dalam hal pembukaan rekening dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan, orang tua/wali dapat memberi kuasa kepada pihak lembaga pendidikan (pejabat yang di tunjuk) untuk melakukan pembukaan, penarikan, dan penutupan rekening Simpel dan mengisi formulir pembukaan rekening tabungan simpel. PT.BPRS Artha Mas Abadi mensosialisasikan sebagai lembaga keuangan syariah yang amanah, memposisikan diri sebagai lembaga keuangan yang tugas utamanya adalah mengumpulkan dana masyarakat lalu menyalurkannya kepada masyarakat, sehingga PT BPRS Artha Mas Abadi menjadi solusi terbaik dalam memberikan fasilitas produk dan jasa kepada masyarakat.
2. PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati menggunakan berbagai upaya-upaya untuk mempromosikan produknya dengan tujuan agar dapat menarik nasabah untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati Memberikan hadiah menarik pada setiap pembukaan rekening (syarat dan ketentuan berlaku), Adapun Syarat sebagai berikut :
  - a. Permohonan Pembukaan rekening tabungan
  - b. Kartu contoh tanda tangan
  - c. Fotocopy KTP orang tua/wali
  - d. Fotocopy kartu pelajar atau surat keterangan sebagai pelajar dari lembaga pendidikan

- e. Pengurus lembaga dapat menjadi wali dan penunjukannya dituangkan dalam perjanjian kerja sama.
  - f. Bank memberikan reward kepada seluruh pelajar berupa alat tulis sekolah setiap satu tahun satu kali.
3. Hambatan Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar
- a. Adanya persaingan dengan lembaga keuangan lainnya, Persaingan ini juga menjadi hambatan dalam memasarkan karena produk yang diberikan biasanya memiliki keunggulan yang berbeda tipis yang menjadikan nasabah ragu untuk memilih produk tersebut.
  - b. Nasabah minim informasi Tabungan Simpanan Pelajar, Kurangnya informasi produk simpanan pelajar dalam pengembangan bauran pemasaran nasabah terhadap produk dan jasa.
  - c. Pengenalan produk tabungan simpanan pelajar dalam pemasarannya nasabah memperoleh informasi yang minim, sehingga nasabah belum paham dengan produk tabungan simpanan pelajar secara jelas.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati, maka penelitian memberikan saran yang bermanfaat bagi PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati untuk kedepannya, antara lain:

1. Setelah mendapatkan nasabah yang ditargetkan sebaiknya PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati tetap menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya. Apabila tidak dijaga dengan baik, bisa saja nasabah tersebut berpaling dengan bank syariah yang lain.
2. Meningkatkan mutu produk-produk PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati agar dapat bersaing dengan produk-produk sesama bank syariah dan juga bank konvensional.
3. Di PT. BPRS Artha Mas Abadi Pati penambahan karyawan itu penting dilakukan khususnya dibagian marketing, karena untuk mendorong meningkatnya jumlah nasabah.

### **C. Penutup**

penulis panjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulis tugas akhir ini masih memiliki banyak sesekali kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Karena adanya keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang di miliki penulis, sehingga masih butuh proses supaya menjadi yang lebih baik lagi. Karena itu kritik dan saran sangat dibutuhkan guna menyempirnaan penulis. Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amiin

## DAFTAR PUSTAKA

Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2008), hal.21

Ibid,hal.54

Adiwarman A Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA,2016), HLM.25

Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 21

Adiwarman A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 358.

Ismail,Perbankan Syariah,Jakarta:KENCANA 2011,hal 74

<http://www.BRIsyariah.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-BRIsyariah-ib> dikutip pada tanggal 17 maret 2016

Fahmi Irham, Manajemen Strategis Teori dan Praktek, (Bandung: ALFABETA 2014), hal. 70-72

Dr. H. Rachmat, M.Si, Manajemen Strategik, Bandung: CV Pustaka Setia. 2014, h.2

Hermawan Kertajaya, Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing, MarkPlus & Co (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h. 15.

Dimas Hendika Wibowo, “Analsis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM”, Volume 29 No.1,Desember 2015, h. 6

Fred R . David, Manajemen Strategi Konsep, Jakarta : Indeks, 2004, h. 6-8

George A. Steiner, John B. Miner, Kebijakan dan Strategi Manajemen, Jakarta : Erlangga, 1977, h. 18-22

Ibid.,h.1027

Faisal Akbar,Strategi Pemasaran BMT Al Iklas Yogyakarta,(Yogyakarta UII,2010), h.171

Philip Kotler dan G. Amstong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 1997), h.3

Basu Swasta Dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, (Yogyakarta: Liberty, 1990), h.5

Buchari Alma, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2011), h.5

Kasmir, 2014, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana  
 Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (2) (2021) 76-87

Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen, 9 (2) (2021) 76-87

Kasmir, 2014, Pemasaran Bank, Jakarta: Kencana

Irham Fahmi, 2014, Manajemen Strategi Teori dan Praktek, Bandung: ALFABETA

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006, h. 22  
<https://www.merdeka.com/quran/an-nisa/ayat-29>

Buchari Alma, Pengantar Bisnis, Edisi Revisi (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 294-295.

Mokhtar Sayyid, Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi (Sidoarjo: Zifatama Jawara, 2020), hlm. 6.

Tengku Firli Musfar, Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 6.

Franky Slamet, Hetty Karunia Tunjungsari, dan Mei Ie, Dasar-Dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik, Edisi Ketiga, (Jakarta Barat: PT. Indeks, 2018), hlm. 144.

Eka Hendrayani dkk., Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep) (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), hlm. 121.

Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers 2011, h. 5

Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan, hlm. 95.

Bernita Putri Meilistya, —Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada Bank BRI Syariah Kantor Kedatonl (IAIN Metro Lampung, 2019), hlm. 21.

<https://123dok.com/article/produk-produk-bpr-syariah-artha-mas-abadi-pati.qopjrm0z>

[https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/)

[https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/) diakses pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 06.15 WIB

<http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/7230/4/BAB%20III.pdf>

Hasil observasi di PT. BPRS Artha Mas Abadi Margoyoso Pati, pada tanggal 10 Juni 2021.

[https://bprsama.wordpress.com/bpr\\_syariah\\_artha\\_mas\\_abadi/](https://bprsama.wordpress.com/bpr_syariah_artha_mas_abadi/) diakses pada tanggal 16 Juni 2021 pukul 06.15 WIB.

Serian Wijianto, Pengantar Entrepreneurship, h.170

## LAMPIRAN









## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Tri Yuni Ernawati
2. NIM : 1905015028
3. Tempat dan Tanggal lahir : Demak, 29 Juni 2000
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Status : Belum Kawin
6. Agama : Islam
7. Alamat : Ds. Bakalrejo Rt.06/Rw.06  
Guntur – Demak
8. No Hp : 087735473050
9. Email :  
[triyuniernawati409@gmail.com](mailto:triyuniernawati409@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN I Bakalrejo : 2008 – 2013
2. MTs Karang Tengah Demak : 2014 – 2016
3. SMA Pondok Modern Selamat : 2017 – 2019

### C. PENGALAMAN MAGANG

1. BPRS Artha Mas Abadi : 2022

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk diikutsertakan sebagaimana mestinya.

Demak, Juni 2022

Penulis

Tri Yuni Ernawati