

**EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN BANK PEMBIAYAAN
RAKYAT SYARIAH (BPRS) BANGUN DRAJAT WARGA (BDW)
YOGYAKARTA DALAM PENINGKATAN NASABAH**

**THE EFFECTIVENESS OF MARKETING STRATEGY OF THE ISLAMIC
FINANCING BANK (BPRS) BANGUN DRAJAT WARGA (BDW) YOGYAKARTA IN
INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMER**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari
Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:
DHEA AHIMSA
13423056

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 14 Maret 2017
Judul Skripsi : Efektivitas Strategi Pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta Dalam Peningkatan Nasabah
Disusun oleh : DHEA AHIMSA
Nomor Mahasiswa : 13423056

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Dr. Siti Achiria, SE, MM (.....)
Penguji I : Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag (.....)
Penguji II : Zein Muttaqin, S.E.I., M.A. (.....)
Pembimbing : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec. (.....)



Yogyakarta, 20 Maret 2017

Dr. M. Pamyiz Mukharrom, MA

- Syari'ah/Ahwal Al-Syakhshiyah, Akreditasi A berdasarkan SK No. 112/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2015
- Pendidikan Agama Islam, Akreditasi A berdasarkan SK No. 502/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2015
- Ekonomi Islam, Akreditasi B berdasarkan SK No. 372/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2014

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb.

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا، تَبَارَكَ الَّذِي جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا وَجَعَلَ فِيهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيرًا. أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا، وَدَاعِيَا إِلَى الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَيْهِ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah, yang Maha Mengetahui dan Maha Melihat hamba-hambanya, Maha suci Allah, Dia-lah yang menciptakan bintang-bintang di langit, dan dijadikan padanya penerang dan Bulan yang bercahaya. Aku bersaksi bahwa tidak ada Tuhan selain Allah dan bahwa Muhammad adalah hamba-Nya dan Rasul-Nya, yang diutus dengan kebenaran, sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, mengajak pada kebenaran dengan izin-Nya, dan cahaya penerang bagi umatnya. Ya Allah, curahkan sholawat dan salam bagi nya dan keluarganya, yaitu doa dan keselamatan yang berlimpah. Maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul :

“EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN BPR SYARIAH BDW YOGYAKARTA DALAM PENINGKATAN NASABAH”

yang merupakan salah satu tugas dalam rangka memperoleh gelar Strata satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan peneliti.

Pada kesempatan ini peneliti Ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Nandang Sutrisno,SH.,M.Hum.,LLM.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia

2. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu kepada penulis dalam rangka membimbing penyelesaian penelitian ini.
4. Orang tua saya yang telah banyak memberikan dorongan semangat dari awal hingga selesainya penelitian ini.
5. Bapak Mardiyana selaku Direktur BPR Syariah BDW Yogyakarta.
6. Para staf BPR Syariah BDW Yogyakarta yang telah banyak membantu dan membimbing selama penelitian.
7. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2013 dan semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu berkat doa dan dukungannya sekali lagi terimakasih.

Selayaknya manusia yang jauh dari kesempurnaan, penyusun pun menyadari jika baik penulisan skripsi ini ataupun selama proses pembelajaran di kampus tercinta ini mungkin belum sempurna harapan pihak terkait, teman-teman, ataupun masyarakat, tetapi apapun yang menjadi hasilnya, inilah hal yang paling optimal yang bisa penyusun persembahkan guna menjadi generasi penerus bangsa sesuai yang diharapkan. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan yang akan datang. Akhir kata, semoga apa yang sudah penyusun berikan dapat menjadi manfaat yang sangat berarti untuk seluruh pihak. Amin Ya Rabb.

Billahitaufiq Walhidayah

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 Maret 2017

Penyusun

[Dhea Ahimsa]

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dhea Ahimsa
Nim : 13423056
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Efektivitas Strategi Pemasaran Bank Pembiayaan
Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga (BDW)
Yogyakarta Dalam Peningkatan Nasabah

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 14 Oktober 2016



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
1. BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Pembahasan.....	6
2. BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Teori Strategi Pemasaran.....	16
C. Teori Cara Meyakinkan Masyarakat	19
D. Teori Efektivitas.....	20
E. Teori Umum Nasabah.....	22
F. Teori Umum BPR Syariah	24
3. BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian.....	27

B. Lokasi dan Waktu Penelitian	27
C. Subyek Penelitian	28
D. Obyek Penelitian	28
E. Populasi dan Sampel	28
G. Metode Pengumpulan Data	29
H. Metode Analisis Data	29
4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Perusahaan	31
B. Strategi Pemasaran BPR Syariah BDW	36
C. Cara Meyakinkan Masyarakat.....	42
D. Efektivitas Pemasaran BPR Syariah BDW	43
5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
Daftar Pustaka	65
Lampiran	68

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Produk Financing	38
Tabel 4.2 Produk Funding	39
Tabel 4.3 Alamat BPRS BDW	40
Tabel 4.4 Kriteria Efektivitas	43
Tabel 4.5 Kriteria Efektivitas BPRS BDW	49
Tabel 4.6 Daftar Nama Responden	53
Tabel 4.7 Jumlah Peningkatan Nasabah.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Wawancara dengan nasabah Anita Yulianti.....	77
Gambar 5.2 Wawancara dengan nasabah Wening Nur Hadiyani	78
Gambar 5.3 Wawancara dengan nasabah Santrihartining.....	78
Gambar 5.4 Wawancara dengan nasabah Darusman	79
Gambar 5.5 Wawancara dengan Marketing Funding	80
Gambar 5.6 Suasana Ruang Tunggu Nasabah	80
Gambar 5.7 Customer Service Melayani Nasabah	81
Gambar 5.8 Teller Melayani Nasabah	81
Gambar 5.9 Direktur Melayani Nasabah.....	82

LAMPIRAN

Lampiran A : Pertanyaan Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara Nasabah BPR Syariah BDW Yogyakarta

1. Identitas Nasabah :
 - a. Nama : Titik Utami
 - b. Umur : 29 tahun
 - c. Jenis kelamin : Perempuan
 - d. Hasil Wawancara :

Peneliti	Nasabah
1.Sudah berapa lama menjadi nasabah BPR Syariah BDW?	Sudah 4 tahun
2.Alasan menggunakan BPR Syariah BDW?	Karena lokasi kantornya dekat dengan rumah
3.Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPR Syariah BDW?	Pelayanan yang cepat sehingga dirasa lebih efektif dan sangat memuaskan, ramah dalam melayani nasabah
4.Bagaimana strategi pemasaran yang diberikan BPR Syariah BDW?	Sudah cukup baik, saya tahu BPR Syariah BDW dari suami saya yang sebelumnya sudah menjadi nasabah terlebih dahulu.

2. Identitas Nasabah :

- a. Nama : Wening nur hadiyani
- b. Umur : 28 tahun
- c. Jenis kelamin : Laki-laki
- d. Hasil wawancara :

Peneliti	Nasabah
1.Sudah berapa lama menjadi nasabah BPR Syariah BDW?	Sudah 8 bulan mas
2.Alasan menggunakan BPR Syariah BDW?	Karena BPR Syariah ini milik pribumi atau asli Yogyakarta, karena dibawah naungan Muhammadiyah.
3.Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPR Syariah BDW?	Lebih baik dibandingkan dengan bank milik pemerintah yang kadang suka lama.
4.Bagaimana strategi pemasaran BPR Syariah BDW?	Saya mengetahui BPRS BDW bermula dari kerjasama antara instansi tempat saya bekerja.

3. Identitas Nasabah :

- a. Nama : Santrihartining
- b. Umur : 47 tahun
- c. Jenis kelamin : Perempuan
- d. Hasil wawancara :

Peneliti	Nasabah
1.Sudah berapa lama menjadi nasabah BPR Syariah BDW?	Sudah lama mas, sudah 15 tahunan menjadi nasabah.
2. Alasan menggunakan BPR Syariah BDW?	Sebelumnya menggunakan bank konvensional yang potongannya sangat banyak setelah itu saya

	beralih mencari yang syariah, dan kebetulan suami saya menggunakan BPR Syariah BDW.
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPR Syariah BDW?	Berkah, aman dari segi hukum islam, untuk peminjaman modal sangat tidak membebankan. Pelayanan yang cepat
4. Bagaimana strategi pemasaran BPR Syariah BDW?	Awalnya ingin meminjam modal dengan ditawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan, akhirnya hingga saat ini menjadi nasabah.

4. Identitas nasabah :

- a. Nama : Anita Yulianti
- b. Umur : 27 tahun
- c. Jenis kelamin : Perempuan
- d. Hasil wawancara

Peneliti	Nasabah
1. Sudah berapa lama menjadi nasabah BPR Syariah BDW?	Sudah 6 tahun
2. Alasan menggunakan BPR Syariah BDW?	Karena lokasinya yang dekat dari rumah dan tempat kerja dan Untuk tabungan dibawah 7,5 juta tidak ada potongan
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPR Syariah BDW?	Ramah, cepat dan efisien.
4. Bagaimana strategi pemasaran BPR Syariah BDW?	Kerjasama antar perusahaan. BPR Syariah BDW datang ke instansi saya lalu mengadakan kerjasama.

5. Identitas nasabah :
- a. Nama : Darusman
 - b. Umur : 43 tahun
 - c. Jenis kelamin : Laki-laki
 - d. Hasil wawancara :

Peneliti	Nasabah
1. Sudah berapa lama menjadi nasabah BPR Syariah BDW?	Sudah 6 tahun
2. Alasan menggunakan BPR Syariah BDW?	Karena di bank lain tidak menerima kas masjid dalam bentuk uang receh, sedangkan BPR Syariah BDW menerimanya bahkan tidak mempermasalahkan hal tersebut
3. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh BPR Syariah BDW?	Antrian tidak terlalu panjang, sehingga memudahkan dalam bertransaksi.
4. Bagaimana strategi pemasaran BPR Syariah BDW?	BPR Syariah BDW memfasilitasi masjid masjid untuk mengelola dana infaq.

Hasil Wawancara Karyawan BPR Syariah BDW Yogyakarta

a. Identitas Diri

Nama Responden : Mardiyana, S.p
Jabatan : Direktur
Hari / tanggal : Rabu / 23 – November - 2016
Durasi wawancara : 30 menit, 57 detik

b. Hasil wawancara

Peneliti	Nasabah
2. Produk unggulan yang terdapat di BPR Syariah BDW :	<p>1. Produk landing (penyaluran dana) pembiayaan :</p> <ul style="list-style-type: none">- Pembiayaan prima dengan segmentasi pasar karyawan dan pegawai yang berpenghasilan tetap, dengan menggunakan akad murabahah (jual beli), ijarah (sewa menyewa) dengan system potong gaji sampai dengan 5jt tanpa anggunan.- Pembiayaan modal kerja Untuk yang pengusaha ada produk modal kerja yang menggunakan akad mudharabah (bagi hasil).- Pembiayaan Back to back program khusus untuk kaum muhammadiyah dengan menggunakan prinsip taawun (tolong menolong) antar sesama kaum yang membutuhkan dana dengan kaum yang kelebihan dana dengan menyertakan bprs bdw sebagai perantara untuk bertransaksi, meskipun keuntungannya sedikit namun outstandingnya cukup tinggi. <p>2. Produk funding (penghimpunan dana) :</p> <ul style="list-style-type: none">- Produk tabungan pendidikan, yang memiliki segmentasi pasar di beberapa sekolah yang sebelumnya sudah bekerja sama dengan BPR Syariah BDW Yogyakarta untuk mengelola keuangan yang ada di sekolah tersebut- Produk Masjain (masa kerja investasi) yaitu tabungan yang diperuntukan untuk guru dan karyawan, yaitu tabungan untuk pensiun dihari tua nanti, yang pengambilannya rutin setiap bulan tergantung dari kesepakatan dua belah pihak antara bprs bdw dengan lembaga

	<p>sekolah dengan jangka waktu sampai dengan masa pensiun, tetapi bprs bdw memberikan keringanan dengan jangka waktu 5 tahun dapat diambil dengan syarat dan kebutuhan tertentu dengan alasan yang dapat diterima. Dengan minimal setoran sebesar 10rb/bulan dan maksimal tidak terbatas.</p> <ul style="list-style-type: none"> - produk tabungan usaha - deposito yang cukup bersaing dengan produk keunggulan dari bprs yang lain.
<p>2. Berapa Jumlah nasabah BPR Syariah BDW Yogyakarta?</p>	<p>Untuk nasabah sendiri bprs bdw dari tahun ke tahun mengalami kenaikan dengan total asset per oktober 2016 sebesar 93 miliar yang artinya mengalami kenaikan dari awal bulan sebesar 73 miliar. Dan memiliki target di akhir tahun mengalami kenaikan sebesar 94 miliar.</p>
<p>3. Strategi pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta?</p>	<p>Strategi untuk meningkatkan nasabah yang pertama adanya promosi yang dilakukan oleh divisi pemasaran yang tiap tahunnya di alokasikan anggaran sebesar 100 jt untuk kegiatan promosi. Dengan menggunakan strategi yang diberi nama jaring ikan yaitu ketika ada suatu kegiatan di masyarakat, bprs bdw hadir didalamnya untuk menawarkan produk produk yang telah ada, selain itu juga ada gerebek pasar dengan menyebarkan brosur kartu nama dan lainnya. Seperti arisan ibu-ibu, pengajian maupun di acara milad muhammadiyah dan yang terbaru bprs bdw membuka stand di sekaten alun alun kidul, intinya menyebar sebanyak mungkin informasi kepada masyarakat, minimal memperkenalkan produk maupun lembaga keuangan bprs bdw itu sendiri.</p>

c. Identitas Diri

Nama Responden : Sindu Rifai

Jabatan : Kepala Divisi Marketing

Hari / tanggal : Rabu / 23 – November - 2016

Durasi wawancara : 18 menit, 20 detik

d. Hasil wawancara :

Peneliti	Nasabah
1.Kapan terbentuknya divisi marketing? Dan berapa jumlah nasabahnya?	Terbentuknya divisi marketing pada tahun 2009 dengan jumlah karyawan 7 orang, marketing di bagi menjadi dua divisi, yaitu pembiayaan dan administrasi pembiayaan.
2.Bagaimana strategi dalam mencari nasabah?	Untuk mencari nasabah strategi yang digunakan yaitu, melalui promo, mencari referensi dari nasabah yang sudah ada, instansi atau yayasan dengan system jemput bola. Selain itu juga melakukan kegiatan buka stand di acara acara yang ada. Nasabah yang bisa diterima yaitu melihat kriteria 5c + 1 syariah. Dalam mencari nasabah melalui media social dinilai kurang efektif Karena rata rata nasabah bprs bdw kurang memperhatikan media social meskipun ada tetapi tidak banyak . Dalam mengatasi nasabah yang bermasalah sebisa mungkin hal itu tidak terjadi sehingga antisipasi sejak dini dimulai dari karakter nasabah itu sendiri
3.Efektif dari pandangan marketing seperti apa?	Efektif menurut pemasaran memasarkan sesuai dengan target yang sudah di tentukan sebelumnya, meskipun target itu tidak mencapai angka 100%, yang penting sebelumnya sudah ada target yang berlaku, sehingga target tersebut sebagai acuan kita dalam memenuhi kriteria yang di katakan efektif

e. Identitas Diri

Nama Responden : Wakhid Hasyim

Jabatan : Kepala Bagian Marketing Landing

Hari / tanggal : Rabu / 23 – November - 2016

Durasi Wawancara : 09 menit, 16 detik

f. Hasil wawancara :

Peneliti	Nasabah
1. Produk apa saja yang diminati oleh nasabah ?	Produk yang paling diminati oleh nasabah adalah modal kerja dengan menggunakan akad mudharabah (bagi hasil).
2. Apa saja strategi pemasaran yang dilakukan?	Channel atau referensi dari nasabah lama jika memiliki nasabah yang membutuhkan dana ataupun kelebihan dana. Dengan cara ini dinilai paling akurat Karena nasabah lama sudah kenal dengan orang tersebut kemudian di referensikan kepada bprs bdw untuk selanjutnya di proses, selain itu juga penyebaran brosur ke lokasi yang sekiranya strategis seperti sekolah sekolah pangsa pasar yang dituju adalah guru dan karyawan
3. Lokasi strategis dalam mencari nasabah?	Lokasi startegis mencari nasabah kota Yogyakarta dan sleman selebihnya telah di kuasakan oleh kantor cabang yang telah ada.

Lampiran B : Foto Responden

Gambar 1.1
Wawancara Dengan Nasabah Anita Yulianti



Gambar 2.2
Wawancara Dengan Nasabah Wening Nur Hadiyani



Gambar 3.3
Wawancara Dengan Nasabah Santrihartining



Gambar 4.4
Wawancara Dengan Nasabah Darusman



Lampiran C : Foto Lokasi Penelitian

Gambar 5.5
Wawancara Dengan Ibu Yuni Marketing Funding



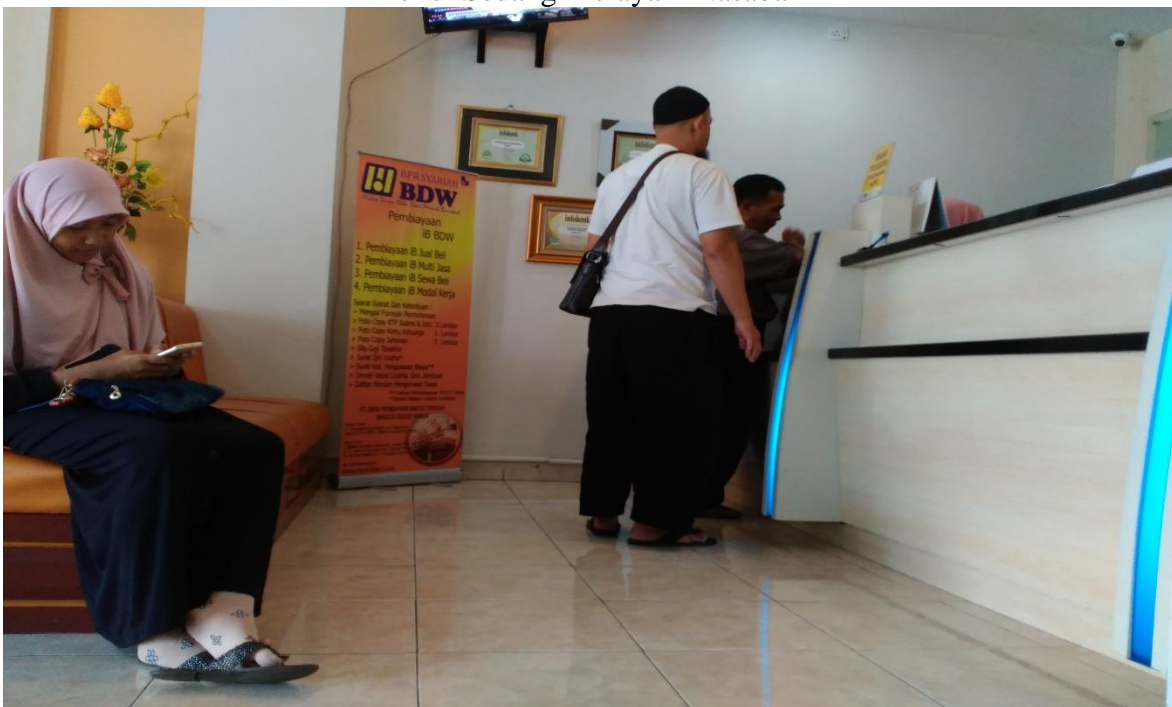
Gambar 6.6
Suasana Ruang Tunggu Nasabah



Gambar 7.7
Customer Service Sedang Melayani Nasabah



Gambar 8.8
Teller Sedang Melayani Nasabah



Gambar 9.9
Direktur Turun Langsung Melayani Nasabah



Lampiran D : Data Responden

Adapun Responden yang diwawancarai adalah sebagai berikut :

Nama nasabah	Jenis tabungan	Jangka waktu
Titik Utami	Wadiah	4 Tahun
Wening Nur Hadiyani	Wadiah	5 Bulan
Santrihartining	Wadiah	15 Tahun
Anita Yulianti	Wadiah	6 Tahun
Darusman	Wadiah	6 Tahun

Sumber : Hasil Wawancara