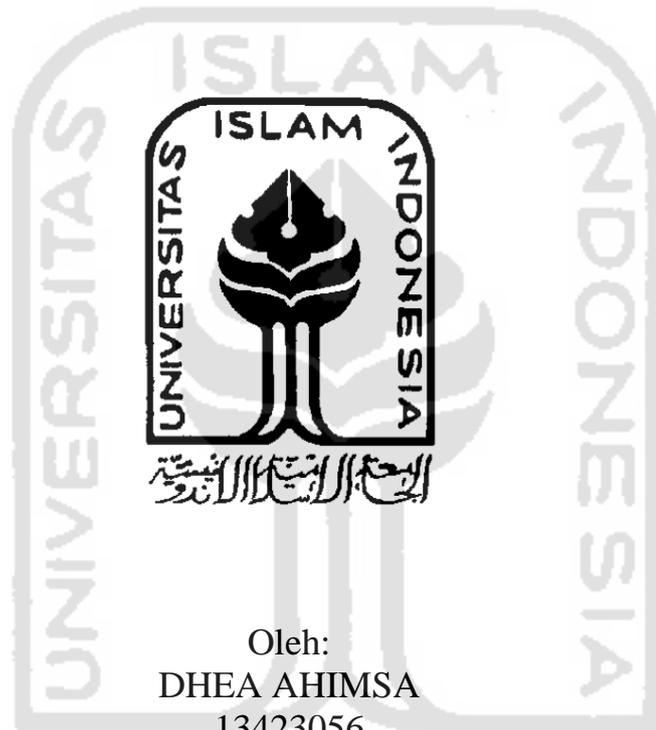


**EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN BANK PEMBIAYAAN
RAKYAT SYARIAH (BPRS) BANGUN DRAJAT WARGA (BDW)
YOGYAKARTA DALAM PENINGKATAN NASABAH**

**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

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



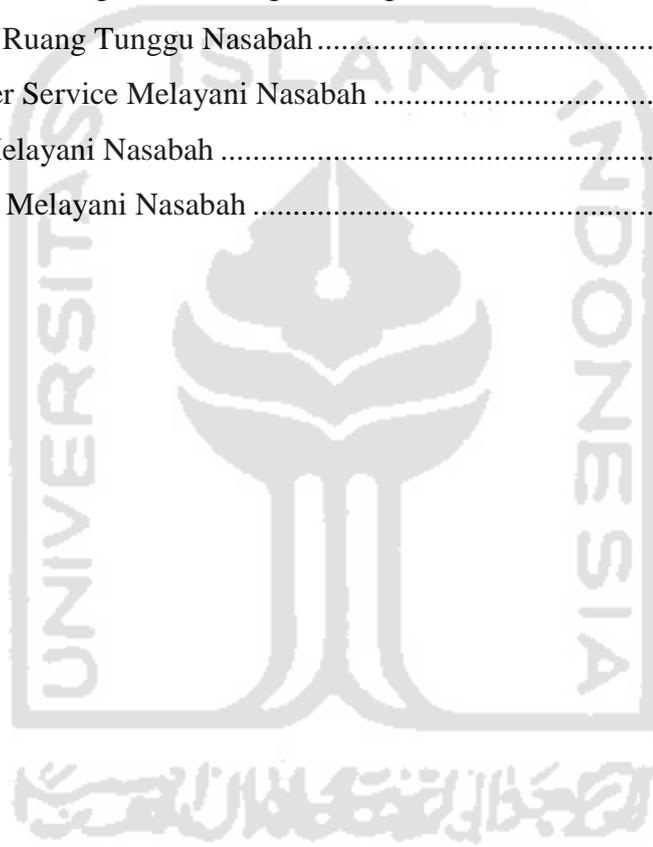
DAFTAR TABEL

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



ABSTRAK

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

**DHEA AHIMSA
13423056**

Strategi pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta dilakukan dengan cara strategi pemasaran, strategi produk, dan strategi lokasi, untuk mencapai pemasaran yang efektif dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki sejumlah cara seperti jaring ikan, channeling, menyebar brosur dan placing. Selain itu BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki produk yang berbeda dengan BPR Syariah yang lain. Selanjutnya kantor BPR Syariah BDW yang sangat strategis, ketiga cara tersebut untuk meyakinkan masyarakat agar menjadi nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan informasi mengenai strategi pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam peningkatan nasabah. Metode penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan dan mendeskripsikan hasil data yang berbentuk kata dimana data yang diperoleh melalui wawancara, dokumentasi dan studi literature. Hasil penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPR Syariah BDW Yogyakarta telah berhasil untuk meningkatkan jumlah nasabah. Dilihat dari grafik peningkatan jumlah nasabah. Kesimpulannya untuk mencapai efektivitas strategi pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki cara dalam peningkatan nasabah, yang telah diterapkan sehingga mencapai tujuan yaitu peningkatan nasabah.

Kata kunci : Efektivitas, Strategi Pemasaran, BPR Syariah, Nasabah.

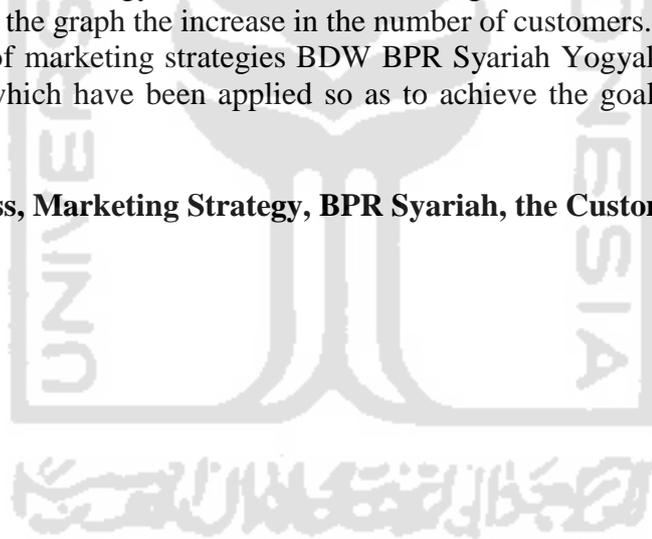
ABSTRACT

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

**DHEA AHIMSA
13423056**

BDW marketing strategy BPR Syariah Yogyakarta done by marketing strategy, product strategy, and strategic location, to achieve marketing, more effective by taking into account the needs of the BPR Syariah Yogyakarta BDW has a number of ways such as fishing nets, channeling, spread flyers and placing. In addition BPR Syariah Yogyakarta BDW has a different product with BPR Syariah others. Furthermore BPR Syariah office BDW very strategic, three ways to convince people to become customers. The purpose of this study is to provide information on the marketing strategy BPR Syariah Yogyakarta BDW in the increase in customers. This research method is descriptive qualitative method that illustrate and describe the results of said data in the form in which the data obtained through interviews, documentation and study of literature. The results of this research are the marketing strategies carried out by BPR Syariah Yogyakarta BDW has managed to increase the number of customers. Judging from the graph the increase in the number of customers. The conclusion to reach the effectiveness of marketing strategies BDW BPR Syariah Yogyakarta has a way of increase in customers, which have been applied so as to achieve the goal of an increase in customers.

Keywords: Effectiveness, Marketing Strategy, BPR Syariah, the Customer.



**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 Ull, 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
Dekan
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.

الْحَمْدُ 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.

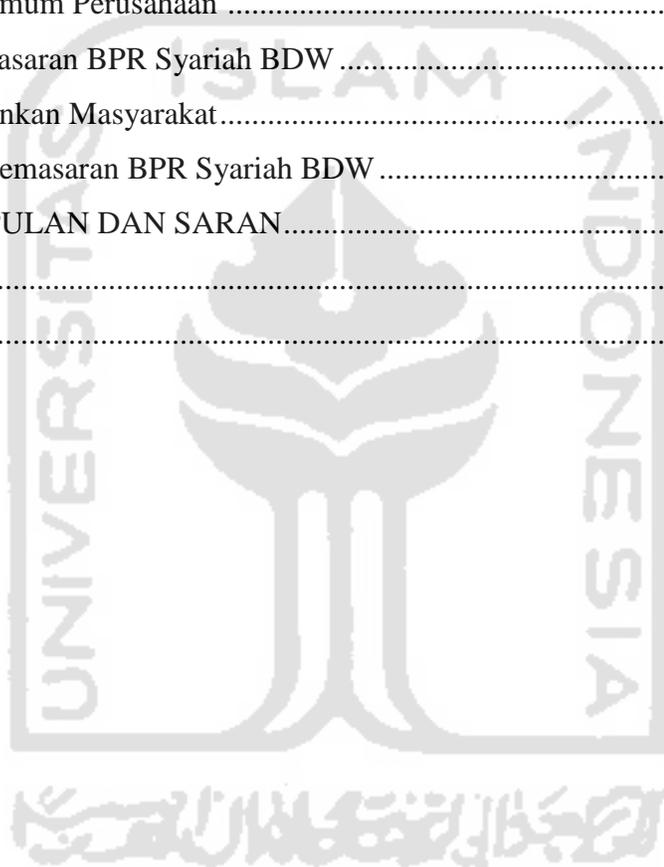
Yogyakarta, 14 Oktober 2016



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



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia merupakan salah satu komponen terpenting dalam suatu bangsa, bangsa yang kuat dilihat dari perbankan yang sehat. Kondisi ini yang sangat mempengaruhi perekonomian secara keseluruhan. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998 membuat panik seluruh perbankan, banyak bank bank yang tidak kuat pondasinya menghadapi badai besar krisis ekonomi pada saat itu. Bahkan beberapa bank harus di merger menjadi satu dengan bank lain. Karena selama ini mereka menggantungkan sumber pendanaan dari sektor eksternal yaitu hutang

Berbeda dengan perbankan syariah yang pada saat krisis ekonomi tahun 1998 tidak terkena dampak sekalipun, ini dibuktikan oleh bank muamalat yang pada saat itu merupakan bank syariah satu satunya di Indonesia. Bahkan perbankan syariah menjadi pedoman bagi bank konvensional pada saat menghadapi krisis ekonomi kala itu. Karena prinsip perbankan syariah yang menggunakan prinsip islam dengan system bagi hasil, yang sudah diatur di dalam Al Quran surat Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا
سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

Hal ini sebagai pedoman bagi perbankan syariah untuk menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip islam, sehingga tidak ada ketergantungan dengan nilai bunga seperti yang terdapat pada bank konvensional. Perbankan syariah menjadi lebih kuat dengan adanya Undang undang yang mengatur tentang perbankan syariah, yaitu Undang undang No. 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mendirikan bank yang menyelenggarakan kegiatan usaha dengan prinsip syariah.

Perkembangan ini yang membuat lembaga keuangan syariah non bank mulai banyak didirikan sebagai sarana alternatif bagi pengembangan ekonomi syariah di tanah air. Menurut data statistik yang dikeluarkan oleh OJK jumlah pertumbuhan perbankan syariah hingga April 2016 berjumlah 199 bank syariah yang terdiri dari 12 Bank Umum Syariah (BUS), 22 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 165 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Hal ini dapat menunjukkan bahwa industry perbankan syariah telah dapat menunjukkan eksistensinya diantara insutri perbankan di Indonesia. Sumber data : (www.ojk.go.id, n.d.)

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) menurut Undang undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008 dalam pasal 1 ayat 9 adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan dasar hukum dari bank pembiayaan rakyat syariah ini adalah mengacu pada peraturan Bank Indonesia

No.11/23/PBI/2008 tanggal 1 juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Tujuan utama pendirian BPRS yang akan dicapai adalah meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada di daerah pedesaan, karena segmentasi pasar BPRS adalah melayani masyarakat golongan bawah dan menengah. Seperti halnya pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta yang bertujuan untuk menjawab keresahan masyarakat Yogyakarta pada saat itu yang belum ada perbankan yang mengatur sesuai dengan prinsip keuangan islam.

Kesuksesan lembaga keuangan syariah tidak terlepas dari peran bagian pemasaran yang mampu memasarkan produknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal itu yang membuat masyarakat dapat memilih lembaga keuangan syariah yang dinilai mampu mengelola keuangannya, selain mengelola juga mampu memberikan solusi atas masalah ekonomi. Oleh sebab itu peneliti memilih objek penelitian di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta, untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa BPR Syariah BDW Yogyakarta mampu menjawab segala keresahan masyarakat selama ini, yang membutuhkan lembaga keuangan syariah yang dapat membantu meringankan masalah perekonomian, jika bagian pemasaran telah mampu memasarkan produk perbankan syariah maka itu yang dinamakan efektif. menurut (Amin, 1993) Efektivitas adalah hasil membuat keputusan yang mengarahkan melakukan sesuatu dengan benar, yang membantu memenuhi misi suatu perusahaan atau pencapaian tujuan.

Efektivitas strategi pemasaran dapat dilihat dari seberapa besar jumlah nasabah memilih produk atau menjadi nasabah pada suatu lembaga keuangan syariah. BPR Syariah BDW Yogyakarta merupakan BPR Syariah dengan tingkat pendapatan yang cukup banyak dilihat dari jumlah asset yang dimiliki BPR Syariah BDW Yogyakarta per 2016 sebesar 94

Miliar. Selain itu juga menurut data yang diperoleh dari OJK BPR Syariah BDW Yogyakarta menempati urutan ke 16 dari jumlah 164 BPR Syariah se – Indonesia. Itu yang membuat peneliti melakukan penelitian di BPR Syariah BDW Yogyakarta.

Dari penjelasan yang sudah dijelaskan sebelumnya peneliti ingin mengetahui sejauh mana strategi pemasaran di BPR Syariah BDW Yogyakarta sehingga dapat dikatakan efektif. Dari penelitian tersebut kemudian peneliti dapat memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih mengerti strategi pemasaran yang ada di BPR Syariah BDW Yogyakarta, maka peneliti memfokuskan objek penelitian ini, agar wawasan menjadi lebih spesifik terhadap permasalahan yang ada.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengkaji dan meneiliti lebih jauh lagi dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Efektivitas Strategi Pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta Dalam Peningkatan Nasabah”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka terdapat masalah yang menjadi tema pembahasan skripsi ini yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran BPRS BDW dalam menarik minat nasabah untuk menggunakan produk nya ?
2. Bagaimana cara meyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS BDW ?
3. Bagaimana efektifitas pemasaran pada BPR Syariah BDW Yogyakarta

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan strategi pemasaran pada BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam peningkatan nasabah.
2. Mendeskripsikan cara cara meyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah BPR Syariah BDW Yogyakarta.

3. Mendeskripsikan efektivitas pemasaran yang terdapat pada BPR Syariah BDW Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. Manfaat Akademis :
 - a. Memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi bidang keilmuan Ekonomi Islam yang dapat dijadikan bahan rujukan terkait strategi pemasaran pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
 - b. Memberikan tambahan wawasan kepada para pihak yang terkait dalam penelitian yang berhubungan dengan cara meyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah pada strategi pemasaran pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
 - c. Memperluas pemahaman peneliti pada efektivitas pemasaran bank pembiayaan rakyat syariah dalam peningkatan nasabah.
2. Manfaat Praktis :
 - a. Mengetahui strategi pemasaran pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga dalam peningkatan nasabah.
 - b. Mengetahui cara cara meyakinkan masyarakat untuk menjadi nasabah BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam peningkatan nasabah.
 - c. Sebagai tambahan sumber referensi dan saran bagi BPR Syariah di Yogyakarta dalam peningkatan nasabah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu:

1. BAB I Pendahuluan, merupakan bagian yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, serta sistematika penulisan. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.
2. BAB II Bab ini menjelaskan tentang telaah pustaka, landasan teori, kerangka berpikir dan hipotesis. Dimana telaah pustaka didalamnya berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya telaah pustaka akan memperkuat data dan informasi dari penelitian dalam landasan teori. Selain itu, dalam bab ini juga terdapat kerangka berpikir hipotesis dimana hasil dari landasan teori akan menghasilkan kerangka berpikir sebagai batasan lingkup penelitian serta hipotesis sementara yang mencerminkan hasil sementara dari penelitian yang dilakukan
3. BAB III Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian dari penelitian, yaitu menjelaskan ruang lingkup penelitian yang meliputi desain, lokasi dan waktu, obyek, populasi dan sampel penelitian. Selain itu juga terdapat teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.
4. BAB IV Bab ini memaparkan tentang gambaran umum BPR Syariah Yogyakarta dan Efektivitas Strategi Pemasaran yang mempengaruhinya.
5. BAB V Pada bab ini adalah penutup. Bagian ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran pada BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam peningkatan nasabah yang berkaitan dengan perumusan masalah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran dalam peningkatan nasabah yang dilakukan oleh BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki tiga cara strategi pemasaran, yaitu :
 1. Strategi pemasaran pada BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki empat cara yaitu jaring ikan : BPR Syariah BDW hadir dalam kegiatan masyarakat seperti arisan, pengajian dan milad Muhammadiyah dengan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Channeling : diperoleh dari nasabah yang sudah ada sebelumnya. Menyebarkan brosur : BPR Syariah BDW menyebarkan informasi sebanyak mungkin kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui, mengenal bahkan memahami sehingga diharapkan masyarakat dapat beralih menggunakan BPR Syariah BDW. dan placing : BPR Syariah BDW membaaur kepada masyarakat seperti membuka stand pada acara sekaten dengan menawarkan produk serta pembukaan rekening baru.
 2. Strategi produk, ada dua produk yang terdapat di BPR Syariah BDW, yang pertama produk funding yang memiliki program unggulan yaitu Tabungan Masjain (masa kerja investasi) yang diperuntukan bagi pegawai yang masih aktif bekerja untuk mengelola dana pension di hari tua. Yang kedua produk landing yang memiliki program unggulan Pembiayaan Back to back yaitu BPR Syariah BDW memfasilitasi kaum Muhammadiyah untuk menggunakan BPR Syariah BDW sebagai lembaga untuk membantu mengelola hartanya. dan 3. Strategi lokasi : ada empat kantor yang dimiliki BPR Syariah BDW Yogyakarta yang keseluruhannya memiliki lokasi yang sangat strategis.

2. Dalam upaya peningkatan nasabah, BPR Syariah BDW Yogyakarta memiliki cara-cara untuk meyakinkan masyarakat agar menjadi nasabah BPR Syariah BDW, yaitu dengan cara : Strategi pemasaran dan Strategi produk. Keempat strategi pemasaran BPR Syariah BDW Yogyakarta telah sesuai dengan teori strategi pemasaran menurut Kotler, bahwa strategi pemasaran adalah sejumlah tindakan yang terintegrasi yang diarahkan untuk mencapai keuntungan kompetitif berkelanjutan. Dalam konsep pemasaran, volume penjualan yang menguntungkan memang menjadi tujuannya, tetapi laba yang didapat dari volume penjualan itu harus diperoleh melalui kepuasan konsumen. Dari keempat strategi pemasaran yang terdapat pada BPR Syariah BDW semuanya memiliki tujuan akhir yang sama yaitu untuk peningkatan jumlah nasabah. Selanjutnya strategi produk. Produk-produk yang terdapat pada BPR Syariah BDW seluruhnya mengacu kepada kebutuhan masyarakat.
3. Teori efektivitas menurut Sondang mencakup tujuh kriteria, yaitu : 1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai, 2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan, 3. Proses analisis dan perumusan kebijaksanaan yang mantap, 4. Perencanaan yang matang, 5. Penyusunan program yang tepat, 6. Tersedianya sarana dan prasarana, 7. System pengawasan dan pengendalian yang bersifat mendidik. Ketujuh kriteria tersebut dikaitkan dengan efektivitas pemasaran BPR Syariah BDW keseluruhannya telah tercapai. Karena BPR Syariah BDW efektivitas pemasaran menurut Sondang diharapkan dapat menjadi acuan bagi BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam meningkatkan nasabah. Kriteria ini mencakup 7 aspek yang dirasa sangat efektif jika diterapkan dengan cara yang benar, dengan begitu nasabah akan mengalami peningkatan.

B. SARAN

Beberapa hal yang perlu disempurnakan agar penelitian ini dapat disempurnakan lagi oleh peneliti selanjutnya agar dapat memberikan hasil yang lebih optimal, penulis memberikan saran kepada :

1. Pihak BPR Syariah BDW Yogyakarta

BPR Syariah BDW Yogyakarta merupakan sebuah lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah yang oprasionalnya berpedoman kepada Al-Quran dan As-sunnah. Untuk itu diharapkan BPR Syariah BDW Yogyakarta harus selalu konsisten dalam menggunakan prinsip syariah, serta selalu memberikan kemudahan bagi nasabah melalui produk produk yang telah disediakan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan berguna bagi masyarakat dalam memilih BPR Syariah BDW Yogyakarta dalam mengelolakan dananya, karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai BPR Syariah BDW Yogyakarta khususnya dibagian strategi pemasaran.

2. Pihak akademis Ekonomi Islam

Diharapkan kedepannya Universitas Islam Indonesia khususnya Fakultas Ilmu Agama Islam dapat menjalin hubungan kerjasama diantara kedua belah pihak untuk memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian, khususnya peelitian tugas akhir. Selain itu juga BPR Syariah BDW Yogyakarta dapat memberikan kemudahan bagi akademisi Fakultas Ilmu Agama Islam khususnya program studi Ekonomi Islam dalam mengelola keuangan, baik dari karyawan,dosen, maupun mahasiswa. Sehingga keduanya memiliki ikatan timbal balik. Dengan adanya penelitian ini memberikan informasi kepada pihak Fakultas Ilmu Agama Islam mengenai pemasaran yang diberikan BPR Syariah BDW Yogyakarta, sehingga pihak akademisi mampu menilai sendiri kinerja BPR Syariah BDW Yogyakarta melalui hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D. (2013). Analisis kepuasan nasabah dengan pendekatan fuzzy service quality dalam upaya peningkatan kualitas layanan perbankan. *Teknoin vol.19*, 01-15.
- Amin, W. (1993). *Manajemen suatu pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Apriyanto, I. (2005). *Strategi Pemasaran pada BMT Sumber Mulia Kecamatan Tuntang*.
- Arikunto. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Atwal, A. (2014). Pengaruh Produk, pelayanan promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta. *Syariah paper accounting FEB UMS*, vol 1.
- Bogdan, S. B. (1982). *Qualitative Research For Education : An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon,inc.
- Bostrom, R. (1983). *Persuasion*. Englewood: Prentice Hall.
- David Krech, R. C. (2012). *efektivitas*, 119-120.
- Dewa, A. M. (2015). PERUMUSAN STRATEGI BISNIS DAN IMPLIKASINYA TERHADAP STRATEGI PEMASARAN (Studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah Cabang Denpasar Bali). *juima*, vol 5.
- Devito. (2010). *Komunikasi Antar manusia*. Tangerang Selatan: Karisma publishing group.
- Detha, F. A. (2013). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan menabung. *jurnal administrasi bisnis*, vol 6.
- Farihah, E. (2008). *Strategi Pemasaran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Handayningrat. (1994). *pengantar studi ilmu administrasi dan manajemen*. Jakarta: Haji Masagung.
- Hani, T. H. (2000). *Manajemen Personalia dan sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.

- Hasibuan. (1996). *manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: bumi aksara.
- Hermawan, K. (2006). *syariah marketing*. Bandung: Mizan.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga* . (2003). Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional .
- kasmir. (2005). *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. jakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Keneth, A. (1972). *Introduction to communication theory and practice* . Australia: Menlo park calif.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management "Analysis,planning,implementation and control"*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Kotler, P. (2008). *prinsip prinsip pemasaran edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. d. (2003). *Dasar dasar Pemasaran jilid 1 edisi kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- kuswanto, a. (2009). pengaruh kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
- Martadisastra. (2002). *Azaz - azaz manajemen konsep dan aplikasinya*. Bandung: Dinamika.
- Metekohy, F. d. (2013). STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK X SYARIAH CABANG TANGERANG SELATAN. *Ekonomi dan Bisnis*, volume 12.
- Menning J.H, W. (1967). *Communicating through letters and reports*.
- Pasrizal, H. (2012). Pengaruh kepribadian, kelas sosial, dan budaya pengusaha terhadap strategi pemasaran dan keputusan menjadi nasabah bank syariah mandiri . *Jurnal Aplikasi Manajemen*, volume 10.
- Radiosunu. (2001). *Manajemen pemasaran suatu pendekatan analisis edisi kedua*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Setiawan, A. (2009). *Efektifitas Pemasaran Produk BMT Jogjatama dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- silalahi. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Siagian, P. (2000). *Sistem Informasi Manajemen* . Jakarta: Bumi Aksara

- Sondang. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sondang, P. (1983). *Organisasi Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Sondang.P.Siagian. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Sondang, S. (2011). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Steers, M. R. (1985). *Managing Effective Organizations*. New York: Kent Publishing Company.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumitro, W. (2004). *Asas-asas perbankan islam dan lembaga lembaga terkait*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tunjung, S. (t.thn.). STRATEGI PEMASARAN DAN PERAN PERBANKAN SYARIAH DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA. *strategi pemasaran pada Bank Syariah Mandiri*.
- Warkum, S. (2004). *Asas - Asas Perbankan Islam dan Lembaga - lembaga terkait*. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- www.ojk.go.id
- www.bi.go.id. (t.thn.).
- [www. bprs-bdw.co.id](http://www.bprs-bdw.co.id)
- Yusuf, B. (2013). Peningkatan Efektivitas Pemasaran Jasa Perbankan Islam Melalui Pemahaman Terhadap Segmentasi Pelanggan . *Peningkatan Efektivitas Pemasaran Jasa Perbankan Islam*, vol 2.



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	Sebelumnya menggunakan bank

Syariah BDW?	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

	<p>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 sekolah dengan jangka waktu sampai dengan masa pensiun, tetapi bprs bdw memberikan keringanan dengan jangka watu 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</p>

	alun alun kidul, intinya menyebar sebanyak mungkin informasi kepada masyarakat, minimal memperkenalkan produk maupun lembaga keuangan bprs bdw itu sendiri.
--	---

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 startegi 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 sehinggaantisipasi 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





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 memperlmasalahkan 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