ANALISIS STRATEGI PROMOSI TABUNGAN *WADI'AH* PADA PT BPRS BARAKAH NAWAITUL IKLHAS DI KOTA SOLOK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Strata Satu (S1)
pada jurusam S1 Perbankan Syariah

Oleh :

RISKA YURNI

3314.378

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI S1 PERBANKAN SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

2018M/1439

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama/NIM	: Riska Yurni/3314.378
Tempat/ Tangal Lahir	: Paladangan/12 Januari 1996
Fakultas/ Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok

Menyatakan dengan sesungguhnya karya ilmiah (skripsi) dengan judul di atas adalah **benar** asli karya penulis. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia diproses sesuai dengan hukum yang berlaku dan gelar kesarjanaan penulis dicopot sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, ...Juli 2018

Saya yang menyatakan



Riska Yurni

NIM: 3314.378

PERSETUJUAN PEMIMBING

Skripsi ini berjudul " **Analisis Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah*** pada **PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok"** yang disusun oleh saudari **Riska Yurni BP.3314.378** memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk di ajukan ke sidang munaqasah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 25 Juli 2018

Pemimbing I	Pemimbing II
Yuwarman Mansur, SE.MM	**Zuwardi,SE.MA**
NIP.19620311 199303 1002	**NIP.19840723 201503 1003**

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Analisis Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok"** yang disusun oleh **Riska Yurni, Bp. 3314.378** telah di uji dalam sidang *Munaqasah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi, pada hari Selasa, 15 September 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata satu (S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah)

Bukittinggi, September 2018

Tim Penguji

Ketua

Yuwarma Mansur, SE, MM
NIP :196203111993031002

Anggota

Yuwarman Mansur, SE, MM
NIP. 196203111993031002

Zuwardi, SE, MA
NIP. 198407232015031003

Neveta Martijoya, SE, ME
NIP. 2008118401

Dr. Miswardi, SH, M.Hum
NIP. 196612102005011005

Mengetaui
Dekan Fakultas Ekonomi dan BisnisIslam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Hartawardi, SE, M.Si
NIP. 196211101999031001

ABSTRAK

Tugas Skripsi ini disusun oleh **Riska Yurni Bp : 3114.378** dengan judul **"Analisis Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok".** Maksud judul ini adalah bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh Bank dalam tabungan *Wadi'ah* pada nasabah.

Tujuan penelitian ini yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi tabungan *wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitu Ikhlas.Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis dan metode deskriptif kualitatif, yaitu metode yang memaparkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya dan informasi yang dituangkan dalam penulisan ini dalam bentuk naratif melalaui wawancara dan pengamatan.

Setelah penulis melakukan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dalam mempromosikan produk tabungan *wadi'ah* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas menggunakan bauran promosi (*promotion mix*), yaitu promosi melalui periklanan (*advertising*) dan penjualan pribadi (*personal selling*). Dalam promosi melalui *advertising* ini PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas lebih terfokus menggunakan alat promosi media cetak yaitu brosur, dan pada penjualan pribadi (*personal selling*) lebih fokus menggunakan lisan yaitu dari mulut kemulut dan masyarakat kemasyarakat atau tatap muka.Untuk menganalisa mengenai strategi promosi tabungan *wadi'ah* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas ini, penulis melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities,* Dan *Threats*). Analisa ini bertujuan untuk menentukan strategi promosi yang akan digunakan dengan memperhatikan kekuatan yang dimiliki mengeksploitasi peluang dan kesempatan yang ada dengan mengurangi atau meminimalisir ancaman dan gangguan yang dihadapi oleh PT. BPRS Brakah Nawaitul Ikhlas. Jadi pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas menggunakan strategi S- O yaitu menggunakan kekuatan untuk membuat peluang.

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan taufikdan hidayat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi. Kemudian shalawat dan salam ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah meninggalkan dua pedoman hidup menuju jalan yang diridhoi oleh Allah SWT.

Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada jurusan S1 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terima kasih, terutama kepada **Kedua Orang Tua Yang Tercinta Dan Tersayang, Ayahanda Nasrul dan Ibunda Zaimi** beserta keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik moral maupun material, seterusnya penulis tidak lupa mengucapkan terima ksih kepada yang terhormat :

1. Ibuk **Dr.Ridha Ahida M.Hum**, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menambah ilmu pengetahuan di IAIN ini.
2. Bapak **H.Harfandi,SE,M.Si,** Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta Ibuk **Sandra Dewi, SE,MM** selaku Ketua Jurusan S1 Perbakan

Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang telah memberikan kemudahan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak **Yuwarman Mansur,SE,MM** selaku pemimbing I yang telah meluangkan waktu dan meyumbangkan buah pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak **Zuwardi,SE,MA** selaku pemimbing II yang telah meluangkan waktu dan meyumbangkan buah pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak **Dr. H. Afifi Fauzi Abbas, MA** selaku Pemimbing Akademik (PA) yang telah memberikan nasehatnya demi kelancaran proses belajar penulis.
6. Bapak dan ibuk dosen serta karyawan/i IAIN Bukittinggi yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan diperguruan tinggi ini.
7. Bapak dan ibuk serta karyawan/i IAIN Bukittinggi yang menyediakan fasilitas kepada penulis untuk mengadakan studi pustaka.
8. Keluarga penulis yang selalu memberikan dorongan, fasilitas, dan bantuan baik moril maupun materil.
9. Sahabat dan teman-teman yang seperjuangan pada jurusan S1 Perbankan Syariah PS - J atas segala kebersamaan, bantuan, motivasi, canda tawa dan suka cita selama dalam menuntut ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi.

.

Atas bantuan saran dan bimbingan yang telah diberikan, penulis doakan ke hadiratAllah SWT, semoga kiranya apa yang di berikan kepada penulis dapat di terima sebagai amal sholeh di sisi-Nya Amin ya Rabbal'alamin

Akhirnya kepada Allah SWT penulis mengucapkan Alhamdulillah dan kepada pihak yang telah disebutkan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Dengan harapan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Bukittinggi,25 Juli 2018

Penulis



RISKA YURNI
NIM: 3314.378

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR TABEL vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Batasan masalah.....6
C. Rumusan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Penjelasan Judul 7
F. Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi dan Promosi..... 10
B. Bauran Promosi.....13
C. Strategi Promosi.....14
D. Promosi dalam Islam.....23
E. Tabungan*Wadi'ah*
    1. Pengertian Tabungan..... 25
    2. Pengertian *Wadi'ah* 26
    3. Rukun dan Syarat *Wadi'ah*..... 27
    4. Pengertian Tabungan *Wadi'ah* 28
    5. Landasan Syariah..... 29

6. Macam- macam *Wadi'ah* 31
F. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
1. Pengertian Bank Pembiayaan Syariah 33
2. Tujuan dan Karakteristik Bank Pembiayaan Rakyat Syariah 33
G. Analisis SWOT 34
H. Kajian Terdahulu.....39
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian..... 42
B. Lokasi Penelitian.....42
C. Jenis dan Sumber Penelitian.....43
D. Teknik Pengumpulan Data.....43
E. Teknik Analisis Data.....
1. Analisis SWOT .....
2. Analisis Matrik IFE dan EFE.....
3. Analisis Matrik SWOT .....
4. Tabel Bobot Skor .....
BAB IV HASIL PENELITIAN
A. Monografi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 50
5. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 50
6. Visi dan Misi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok..51
7. Produk- produk PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 52
8. Struktur Organisasi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 55
B. Strategi Bauran Promosi Tabungan Wadi'ah pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 59
C. Jumlah Nasabah dan Tabungan Wadi'ah pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok 61
D. Analisa Penulis tentang Strategi Promosi Periklanan dan Penjualan Pribadi pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.....62

1. Analisis SWOT 63
2. Analisa Internal Factor Evaluation (IFE).....63
3. Matrik IFE.....65
4. Analisa External Factoe Evaluation (EFE) 66
5. Matrik EFE.....68
6. Matrik SWOT 69
7. Analisa Tabel Skor.....72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 75
B. Saran 75

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bprs Barakah Nawaitul Ikhlas pada Tahun 2013- 2017 4

Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bprs Barakah Nawaitul Ikhlas pada Tahun 2013- 2016 5

Tabel 3.1 Matrik Swot 48

Tabel 3.2 Total Bobot Skor 49

Tabel 4.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bprs Barakah Nawaitul Ikhlas pada Tahun 2013-2016 61

Tabel 4.2 Perkembangan Jumlah Tabungan Wadi'ah Pada Pt. Bprs Barakah Nawaitul Ikhlas pada Tahun 2013- 2016 61

Tabel 4.3 Analisis SWOT 63

Tabel 4.4 Hasil Analisis Matrik IFE 65

Tabel 4.5 Hasil Analisis Matrik EFE 68

Tabel 4.6 Matrik SWOT 69

Tabel 4.7 Total Bobot Skor 72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan merupakan inti dari perekonomian suatu Negara telah menjadi instrumen penting dalam memperlancar jalannya suatu Negara. Salah satu fungsinya yaitu sebagai lembaga perantara keuangan (*financial intermediation*), artinya lembaga bank adalah lembaga yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan uang, yakni sebagai perantara keuangan antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang memiliki dana.[1]

Lembaga keuangan syariah ini terdiri dari lembaga bank dan lembaga non bank.Kedua lembaga ini dalam operasionalnya sama-sama mengunakan syariat Islam.Namun produk dan manajemen lembaga keuangan non bank syariah sedikit berbeda dengan lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan non bank antara lain adalah Asuransi *Takaful* (AT), *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT), Unit Simpan Pinjam Syariah (UPS), Koperasi Syariah. Dalam konteks perbankan syariah, bank yang masuk kategori ini adalah Bank Umum Syariah, dan Bank Pembiayaan Syariah (BPRS)[2].

Sebagai lembaga keuangan syariah, Bank Pembiayaaan Rakyat Syariah (BPRS) memiliki tugas pokok untuk penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan sekaligus memberikan bantuan dana

[1]Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2005), h.59

[2]Rifki Muhammad, *Akuntansi Keuangan Syariah dan Implementasi PSAK Syariah, (Yogyakarta P3EI Press,2008), h. 45*

kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam bentuk pembiayaan untuk melanjutkan usaha berdasarkan prinsip syariah yang menghindari dari praktek- praktek riba.

Allah SWT dengan tegas melarang praktek riba tersebut. Sebagaimana terdapat dalam surat Al- Baqarah ayat 278:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ ٱتَّقُواْ ٱللَّهَ وَذَرُواْ مَا بَقِيَ مِنَ ٱلرِّبَوٰٓاْ إِن كُنتُم مُّؤۡمِنِينَ ٢٧٨

"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman."

Maksud ayat diatas adalah perintah meninggalkan riba dihubungkan dengan perintah bertakwa. Dengan hubungan itu seakan- akan Allah mengatakan "jika kamu benar- benar beriman tinggalkanlah riba itu. Jika kamu tidak menghentikannya berati kamu telah berdusta kepada Allah SWT dalam pengakuan imanmu. Mustahil orang yang mengaku beriman dan bertakwa melakukan pratek riba, karena perbuatan itu tidak mungkin ada pada diri seseorang pada saat atau waktu yang sama. Yang mungkin terjadi ialah seseorang menjadi pemakan riba, atau seseorang beriman dan bertakwa tanpa memakan riba"[3]

Saat melakukan suatu kegiatan perbankan, bank harus tahu bagaimana cara membuat masyarakat tertarik sehingga melakukan penyaluran dan menghimpun dana, tentunya bank telah mempersiapkan strategi yaitu salah

[3]DR. Abdullah Bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Imam Asy- Syafi'i , 2008), h. 708

satunya strategi promosi.Strategi ini merupakan kegiatan yang dilakukan oleh *Marketing mix.*

Strategi yang akan dilakukan arus disusun untuk mengambil manfaat dari kekuatan-kekuatan perusahaan. Tugas daripara perencana strategi untuk secara jelas mengkomunikasikan cara organisasi mencapai berbagai sasarannya.[4]

Dalam kegiatan ini PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solokmemasarkan produknya dengan melakukan promosi untuk menarik nasabah.Bank berusaha untuk mempromosikan produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Ada empat macam sarana promosi (*promotion mix*) yang dapat digunakan oleh setiap Bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasa, keempat macam itu bisa melalui promosi *periklanan, promosi penjualan, pelaksanaan publisitas, penjualan pribadi.*[5] Promosi yang dilakukan terfokus ke sekolah-sekolah dan Kemenag kemudian mereka membuka tabungan di BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok. Yang mana produk yang digunakan adalah tabungan *wadi'ah* melalui sosialisasi dan pemberian brosur.

---

[4]Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia,* (Jakarta: Erlanga, 2008), h. 107
[5]Kasmir,*Manajemen Perbankan,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 246

Tabungan *Wadi'ah*ini adalah tabungan yang di terapkan pada PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas.Tabungan ini diperuntukan untuk masyarakat khususnya masyarakat di Solok yang ingin menabung di bank BPRSyariah Barakah Nawaitu Ikhlas.Dalam hal menabung di bank syariah dengan tabungan *Wadi'ah* ini masyarakathanya menitipkan uangnya kepada bank, masyarakat dapat mengambil kapan saja.Promosi yang dilakukan oleh marketing dalam Tabungan *Wadi'ah marketing* dari bank promosinya kemasyarakat yang ada di Solok.

Tabel 1.1
Perkembangan jumlah nasabah tabungan *wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok
2013- 2017

Tahun	Nasabah	Kenaikan/ Penurunan	
		∑	%
2013	113	-	-
2014	270	157	138,9%
2015	181	(89)	(32,96%)
2016	478	297	164,08%
2017	543	65	13,59%
Total			283,61%
Rata- rata			56,72%

Sumber: Data diperoleh dari PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok[6]

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan *wadi'ah* terjadi kenaikan sebesar 157 atau 138,9%, dan sterusnya mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar atau 89 atau 32,96%, tahun 2016 mengalami peningkatan 297 atau 164,08%, dan pada tahun 2017 naik sebesar 65 atau 13,59%.

[6]Wawancara dengan Kabid Operasional PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas, dengan Ibuk Sari Kumar, A.Md

Tabel 1.2
Perkembangan jumlah tabungan pada PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok
2013-2017

Tahun	Jumlah tabungan	Kenaikan/ Penurunan	
		∑	%
2013	16.964.066	-	-
2014	123.521.137	106.557.071	628,13%
2015	72.027.336	(51.493.801)	(41,68%)
2016	149.709.228	77.681.892	167,85%
2017	110.245.896	(39.460.332)	(26,35%)
Total			727,95%
Rata- rata			181,98%

Sumber: Data diperoleh dari PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok[7]

Dari data tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah tabungan *wadi'ah* terjadi kenaikan sebesar 106.557.071 atau 628,13%, dan sterusnya mengalami penurunan pada tahun 2015 51.493.801 atau 41,68%, tahun2016 naik 77.681.892 atau 167,85%, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 39.460.332 atau 26,35%.

Dari data- data yang diperoleh pertumbuhan nasabah tabungan *wadiah* mengalami kenaikan dan penurunan , namun pada total saldo diikuti dengan pertumbuhan yang sama dengan pertumbuhan nasabah, total saldo yang ada pada tabungan *wadi'ah* dari tahun ketahun hanya mengalami kenaikan dan penurunan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk membahas **" STRATEGI PROMOSI TABUNGAN**

[7]Wawancara dengan Kabid Operasional PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas, dengan Ibuk Sari Kumar, A.Md

***WADI'AH*PADA PT. BPR SYARIAH BARAKAH NAWAITUL IKLAS DI KOTA SOLOK."**

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian dalam identifikasi diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dan batasan masalah penelitian adalah:

1. Rumusan Masalah

Untuk lebih memudahkan dalam memehami penulisan laporan ini, maka penulis merumuskan masalah yang akan di bahas dalam pembahasan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok?"

2. Batasan Masalah

Dalam penulisan laporan ini penulis membatasi masalah adalah sebagai berikut " Strategi Promosi tabungan *Wadi'ah*padaPT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok"

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi promosi tabungan *wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas.

2. Kegunaan Penelitian

   kegunaan penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

a. Untuk melengkapi persyaratan dalam mencapai gelar Strata Satu (S1) pada Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi.
b. Untuk mengetahui strategi promosi untuk membuat masyarakat tertarik dan meningkatkan mutu daya beli yang lebih tinggi terhadap tabungan *Wadi'ah* (tabungan diperuntukan untuk anak-anak) di PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.
c. Sebagai tambahan referensi dan informasi khusus bagimahasiswa mengenai produk *Wadi'ah*Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok.

D. **Penjelasan judul**

Untuk lebih mudah memahami dan juga menghindari kesalahpahaman dari pembaca makapenulis akan menjelaskan judul penelitian ini yakni:

Analisis :Suatu kegiatan yang dilakukan untuk memperbaiki mutu, hasil pekerjaan dengan jalan melakukan mekanisme kerja dan lain- lain, termasuk pula lingkungan teknik dan lingkaran kerja yang ada.[8]

Strategi pomosi :Strategi adalah Rencana mengenai bagaimana sebuah organisasi akan melakukan apa yang perlu dikerjakan dalam bisinis, dan bagaimana perusahaan mencapai tujuannya.Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengkomunikasikan

[8]Sudarsono, *Kamus Ekonomi Uang dan Bank*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994), h. 19

kepada masyarakat tentang keberadaan produk kemanfaatan, keunggulan, atribut- atribut yang dimiliki, harga dimana dan cara memperolehnya[9]

Tabungan *Wadi'ah* :Tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah* titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah* bank syariah menggunakan *wadi'ah yad dhamanah*.Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai prinsip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan barang tersebut. Sebagai konsekuensinya bank bertanggung jawab terhadap kebutuhan saja serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki.Disisi lain bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana barang tersebut.

Oleh karena itu maksud judul penelitian ini adalah tabungan *wadi'ah* yang merupakam tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah yaitu titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Yang mana untuk menarik

[9]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasara Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.233

nasabah untuk melakukan tabungan dilakukan strategi promosi melalui bauran promosi.

E. Sistematika penulisan

BAB : I PENDAHULUAN

Pada bagian ini diuraikan tentang latar belakang, indentifikasi masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu, sistematika penulisan.

BAB : II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini diuraikan tentang promosi tabungan *Wadi'ah*, Analisis SWOT danKajian terdahulu.

BAB : III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi dengan pembahasan dari permsaalahan yang di angkat yaitu bagaimana promosi tabungan *wadi'ah* yang baik dalam suatu Bank.

BAB : IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini yang berisikan Hasil Penelitian mengenaiStrategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas yang membahas promosi dalam tabungan wadiah pada bank tersebut dan strategi yang dilakukan untuk mempromosikan pada tabungan wadiah tersebut.

BAB :V PENUTUP

Pada bab Penutup ini berisikan kesimpulan dan saran sebagai rekomendasi temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi dan Promosi

1. Konsep Strategi .

Strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya, dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan. Jadi inti dari strategi adalah suatu perencanaan yang disusun dengan menggerakkan sumber daya perusahaan untuk mencapai suatu tujuan.

2. Konsep Promosi

Menurut Sentot Imam Wahjono, Promosi adalah kegiatan memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, di mana dan cara memperolehnya.[10]

Jadi, strategi promosi merupakan suatu perencanaan yang disusun oleh perusahaan dengan menggerakkan sumber daya perusahaan, dengan tujuan agar produk yang dimiliki bisa laku di masyarakat dengan cara memberikan informasi tentang produk, manfaat, harga, di mana dapat diperoleh dan kelebihan dibanding dengan produk pesaing.Tanpa promosi jagan diharapakan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi

[10]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 133

merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.

Dalam prakteknya promosi dapat dilakukan dengan mendasarkan pada tujuan – tujuan sebagai berikut.

a) Modifikasi tingkah laku

Promosi berusaha mengubah tingkah laku, pendapat atau persepsi dan mempengaruhi tingkah laku yang ada.

b) Memberitahu

Kegiatan promosi dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan.

c) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk, menarik perhatian dan mempengaruhi para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

d) Mengingatkan

Promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merek produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada.[11]

Tujuan kegiatan promosi adalah memberikan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk,

[11]Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2008), hlm. 353

tentang kemanfaatan, tentang keungulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatann promosi menjadi penting apabila diera keterbukaan informasi ini.Masyarakat telah dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir. Oleh karena itu bank harus memilih cara yang efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat dengan efektif.

Pada umumnya masyarakat melewati tahapan AIDA sebelum mengkosumsi suatu produk. AIDA yang dimaksud adalah:

a. *Attention,* suatu produk harus mampu memancing perhatian khalayak konsumen. Perhatian yang dimaksud adalah keungulan dan skeunikan produk. Bila produk tidak mempunyai keungulan dan kekhasan maka sulit untuk dapat memancing perhatian masyarakat, karena akan diangap sama dengan produk lain.
b. *Interest*, setelah mampu memancing perhatian maka suatu produk harus menggugah minat. Pembangunan minat biasanya melalui manfaat yang dijanjikan melebi dari produk yang selama ini dikonsumsi atau harga yang ditawarkan lebih murah atau lebih mudah untuk mendapatkannya dan mengkomunikasinya.
c. *Desire*, untuk menggugah minat maka tahap berikutnya adalah hasrat dan menginginkannya untuk menikamati produk. Hasrat sbiasanya ditimbulkan oleh ketersediaan informasi, kemudahan mendapatakannsya, dan kemendesakan manfaat yang ditawarkan produk dengan keinginan konsumen.

d. *Action*, tahap akhir setelah timbul hasrat dan kemudian menginginkan produk tersebut maka tibalah melaksanakan upaya pembelian. Aksiini dipicu oleh kemudahan untuk membeli, kesanggupan membeli disesuai dengan daya beli, dan kemudahan dalam hal pembayaran.[12]

B. Bauran Promosi

Pada umumnya bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari :

a. Iklan, merupakan bentuk promosi yang dilakukan dalam bentuk bayangan, atau gambar, atau kata-kata yang tertuang dalam bentuk brosur, spanduk, baliho (*billboard*), koran, majalah, televisi, radio, TV bandara, TV kereta api, dan lain-lain.
b. Promosi penjualan, merupakan bentuk promosi yang ditujukan untuk menungkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan-kegiatan potongan harga, pemberian hadia baik langsung maupun secara undian untuk produk tertentu, pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu.
c. Publisitas, adalah bentuk promosi yang dtujukan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberikan atau menyiarkan kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan sponsorship atau melalui kegiatan-kegiatan amal dan sosial.
d. Penjualan pribadi, merupakan bentuk promosi dengan melakukan kegiatan penjualan langsung secara personal secara pribadi kepada konsumen. Keterlibatan karyawan secara pribadi dalam personal

[12]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*...h. 134

selling ini dalam rangka memperkuat citra perusahaan bahwa semua komponen perushaan terlibat dalam kemajuan perusahaan. Hal positif yang dinilai konsumen luar dengan personal selling adalah bahwa produk dan perusahaan tidak meragukan lagi karena karyawanterlibat dalam proses penjualan.

C. Strategi promosi

a. Iklan (*Advertising*)

Menurut Kotler dan Keller,iklan (*advertising*) adalah semua bentuk terbayar smua presentasinya non-pribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Tujuan dari iklan digolongkan menjadi ikln informatif, iklan persuasif, iklan pengingat, dan iklan penguatan.[13] Sedangkan menurut boyd menyatakan bahwa "iklan adalah bentuk presentasi dan promosi gagasan, barang dan jasa non pribadi yang dibayar oleh sponsor tertentu".[14]

Secara umum Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank. Dalam iklan biasanya termuat manfaat produk, haraga, di mana bisa didapatkan,dan manfaat produk. Sementara itu tujuan dari kegiatan iklan adalah: memberi informasi, menimbulkan proses AIDA dan mempengaruhi pembeli dan konsumen untuk memutuskan membeli produk bank.

---

[13]Philip Kotler dan Gary Amstroong, *Manajemen Pemasaran,Edisi Bahasa indonesia*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007),hlm. 244

[14]Boyd, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Stategis dengan Oriontal Global*, Edisi ke dua, Terjemahan Iman Nurmawan. (Jakarta: Erlanga, 2000), hlm.65

Meskipun secara umun tujuan pemasaran iklan adalah untuk mengkomunikasikan suatu produk kepada masyarakat sasaran, namun tujuan spesifik pemasaran iklan bagi bank beraneka macam, di antaranya adalah:

1. Pemberitahuan, dengan iklan bank mampu memberitahukan adanya produk baru (launching) beserta manfaat, harga, dan dimana produk bisa diperoleh,tentang apa kelebihan produk baru. Iklan juga bisa digunakan untuk memberitahu tentang pembukuan kantor cabang, cabang pembantu, atau kantor kas.
2. Pengingat kembali, dengan iklan bank bisa mengingkatkan kembali masyarakat tentang produk bank. Langkah ini bisa ditempuh karena banyaknya produk sejenis yang ditawarkan pesaing. Dengan iklan pengingat kembali (remider advertising) diharapkan masyarakat tetap menjadikan produk bank sebagai pilihan pada saat memutuskan untuk membeli atau mengkomsumsi produk dan jasa bank.
3. Penarik perhatian,dengan iklan bank bisa menarik perhatian khalayak sasaran. Harusditentukan daya tarik apa yang ditonjolkan dalam suatu iklan penarik perhatian. Keunikan dan kekinian iklan menjadi pertimbangan utama iklan dengan tujuan khusus ini iklan jenis ini juga diharapkan mampu menambah pangsa pasar karena perpindahan pelangan.

4. Pembangun citra, dengan iklan bank mampu membangun citra menjadi bank yang kita inginkan, seperti bank terpecaya, bank dengan segala keramahan, bank paling luas jaringan, bank peduli lingkungan, dan sebagainya.

   Kegiatan periklanan dapat dilaksanakan melalui beberapa media yang dipandang cocok dengan tujuan perusahaan, yaitu:

   a. Permasaran baliho (papan nama) di jalan-jalan protocol
   b. Percetakan brosur, yang desebar-sebarkan di pusat komunitasberkumpul, sepertidibanding di lapangan, pasar, dan pusat-pusat keramaian.
   c. Pemasangan spanduk di tempat strategis
   d. Radio
   e. Televisi
   f. Koran
   g. Majalah
   h. Internet

   Dasar pertimbangan pengunaan atau pemilihan media iklan dipengaruhi oleh beberapa alasan, di mana masing-masing bank tertentu mempunyai alasan sendiri disesuaikan dengan situasi, kondisi, dan tujuan bank, pertimbangan tersebut antara lain:

   Tujuan pemasangan iklan.

a) Angaran yang disediakan dukungan dan kemudahan pengunaan media.
b) Keteapan materi iklan dengan media yang digunakan.
c) Ketetapan sasaran iklan dengan media yang digunakan.
d) Ketetapan waktu dengan ketersediaan media.
e) Jangkauan media

Beberapa keungulan iklan sebagai pilihan promosi menjadi pertimbangan pemasang iklan, di antaranya:

a) Presentasi publik, artinya iklan pesan yang sama kepada masyarakat banyak.
b) *Pervasiveness*, artinya suatu iklan memungkinkan bank mengulang pesanan beberapa kali.
c) *Amplified expressiveness*, artinya bank pemasangan iklan dapat mengekspresikan keinginan dan tujuanya dalam beriklan secara meluas dengan perpaduan warna, suara atau bentu-bentuk produk.
d) *Impersonality*, iklan bersifat tidakpersonal artinya meskipun iklan ditujukan kepada khalayak namun individutetap bisa mengabaikan atau menikmati iklan sewaktu-waktu, hal ini berarti iklan memungkinkan untuk menunda respon tidak harus sekarang.[15]

[15]Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*... hlm. 134-142

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Menurut kotlter dan Keller, promosi penjualan, sebagai unsur utama dalam kampanye pemasaran, adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besr yang berjangka pendek.Yang dirancang untuk meransang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.[16]

Promosi secara umum penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan jalan menjual secara langsung kepada pelangan.Kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian voucher belanja produk, pemberian hadiah langsung, sampel (contoh) produk, atau dengan kegiatan kontes. Dalam industri perbankan, promosi penjualan biasanya dilakukan dengan kegiatan-kegiatan seperti:

1. Pemberian bunga khususnya (*speciel rate*)
2. Pemeberian insentif bagi nasabah dengan jumlah tertentu.
3. Pemberian hadiah atau souvenir langsung untuk setiap pembukuaan rekening baru.
4. Pemberian kupon undian untuk hadiah promosi.

Dengan mengunakan promosi penjualan, perusahaanatau bank dapat memetik manfaat, di antaranya:

a. Komunikasi,bank dapat melakukan komunikasi langsung dengan pelangan. Beberapa informasi secara timbal balik

[16]Philip Kolter dan Keller, *Manajemen pemasaran*…hlm. 266

dapat terjadi. Bank dapat mengetahui produk-poduk yang disukai dan yang dihindari, spesifikasi produk favorit, fitur-fitur yang dicari. Dalam promosi penjualan bank juga dapat menerima atau meransang timbulnya kritik membangun untuk perbaikan produk.

b. Insentif, bank dapat memberik an tambahan perhatian kepada nasabah setia dengan hadiah,tambahan fasilitas atau kemudahan lainnya. Bank dapat memberi persetujuan permohonan kartu kreditatau up-grade kartu kredit secara gratis dan seketika pada saat promosi penjualan.
c. Invitasi, Bank dapat mengundang nasabah pada saat promosi penjualan dengan maksud untuk merealisasikan pembelian produk.
d. Promosi penjualan dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, pemilihan cara tentu disesuaikan dengan tujuan dan karakteristik promosi penjualanya, caa promosi penjualan adalah sebagai berikut:

a) Promsii konsumen,promosi jenis langsung ditunjukan kepada konsumen akhir (end user) dalam bentuk pemberian hadia langsung, voucer, kupon diskon, kupon undian, dan sampel produk.
b) Promosi dagang, promosi jenis ini biasanya berlansung sama pameran dagang. Pada even pameran,promosi berlangsung

dengan pembagian sampel, diskon dan insetif lainnya. Tujuan promosi dagang tidak melulu kepada end user.

c) Promosi wiraniaga(*sales person*), berlanngsung melalui kontes penjualan. Bagi salesman yang mencetak rekor penjualan tertinggi akan mendapat hadiah, dimiiki pula bagi sales dengan kriteria tertentu, misalnya paling sedikit membuat kesalahan administratif juga mendapat hadiah.

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.[17]Bagi bank publisitas dapat ditempuh dengan menyelengarakan suatu kegiatan yang melibatkan masyarakat umum dan cenderung bukan merupakan ajang penjualan produk dan pengiklanan, sehinga mampu menarik perhatian wartawan media massa untuk meliput dan menyiarkannya sebagai berita publik.

Meskipun mempunyai kesamaan dengan iklan yaitudisiarkan dan diberikan dalam media massa, publisitas lebih netral karena tidak memuatpesan-pesan propaganda untuk mengkosumsi produk bank. Masyarakat akan menilai publisitas

[17]Kasmir, *Manajemen Perbakan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 215

akan media massa sebagai informasi, berita yang layak diketahui oleh masyarakat secaraumum dan luas. Oleh karenyanya publisitas sangat diinginkan oleh bank karena berbiaya rendah namun cangkupan informasinya luas dan bersifat netral.Dengan karakteristik seperti ini maka publisitas menjadi pilihan promosi yang cocok untuk membanguncitra dengan dimensi jangka panjang.

Kegiatan-kegiatan yang biasanya mampu memancing peliutan media massa untuk disiarkan sebagai berita adalah:

1. Kegiatan amal (*cahrity)*, seperti pengumpulan dana untuk disumbangkan kepada fakir miskin yatim piatu, korban bencana alam, pemuda putus sekolah, dan bea siswa untuk keluarga miskin. Beberapa perusahaan juga mengunakan publisitas untuk mendukung kegiatan-kegiatan keamanan.
2. Kegiatan bakti sosial , seperti pengobatan gratis untuk masyarakat untuk plosok desa tertngal,penghijauan dan penanaman kembali area tandus,
3. Sponsorship kegiatan, beberapa bank/perusahaan bersedia menjadi pendukung dana atau sponsor bagi suatu kegiatan, apakah itu kegiatan olahraga, pentas musik, pegelaran seni budaya.[18]

[18] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank, hlm*. 139-140

d.Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Menurut boyd, penjualan pribadi ,*personal selling* merupakan salah satu dari beberapa sarana promosi termasuk iklan,promosi konsumen dan perdagangan serta hubungan masyarakat yang dapat digunakan pemasaran untuk berkomunikasi dengan pelangan yang baik potensial.[19]

Arti penting promosi

Sesunguhnya keinginan untuk mandiri paling tidak dalam skala minimal atas kemampuan perusahaan ,merupakan realisasi kematangan emosional. Jadi kesempatan untuk promosi sering berperan sebagai motivator penting. Kesempatan tersebut dapat mengapa para tenaga kerja dengan ijazah-ijazah yang memadai tersedianya magang dalam pekerjaan sebenarnya tidak begitu mereka senanangi,tetapi yang membuat mereka memenuhi syarat untuk pekerjaan yang lebih menarik. Peluang untuk promosi juga memberikan argumentasi mengapa tenaga kerja tidak selalalu menerima tawaran pekerjaan dengan gaji permula yang paling tinggi, mereka mengarahkan pandangan kepada jenis pekerjaan tingkat permula yang tentu juga mengarah kepada tingkat gaji yang paling tinggi.[20]

[19] Boyd, Manajemen *Pemasaran:Suatu Pendekatan*.. hlm. 100

[20]Komang Ardana, Ni Wayan Mujiati, Wayan Mudiartha Utama, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)

D. Promosi dalam Islam

Dalam pasar syariah bisnis semata- mata untuk mencari keridaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah di hadapan Allah SWT. Kita memerlukan kepemimpinan spritual dalam mengelola suatu bisnis terlepas dari sumber tersebut seperti yang dikatakan oleh Jonathan L. Parapak, "Apabila kita mendalami elemen-elemen pokok dari kepemimpinan, semua harus diwarnai, dicerahi, dan dilandasi oleh ajaran, nilai, dan prinsip- prinsip agama. Strateginya adalah strategi pemberdayaan, penyelamatan, dan pembaharuan.[21]Menurut ajaran Islam kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai- nilai islai yang dijiwai oleh semangat ibadah kepada Allah dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama.[22]

Berbisnis cara nabi Muhammad SAW sebagaimana yang terdapat dalam Al- Qur'an Surat Ali- Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian

[21]Herry Susanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 64

[22]Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), H. 281

apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya."

Makna ayat diatas adalah ayat ini mencakup beberapa pilar dakwah nabi, prinsip- prinsip hukum Islam dan pedoman interaksi dengan manusia. Pilat pertama: membulatka hati nabi dan kasih sayangnya yang menyeluruh terhadap umat manusi. Allah SWT menjadikan nabinya sebagai sosok yang mudah berinteraksi, santun bertutur kata dan memberikan nasehat dan penuh kelembutan. Sebab seandainya beliau berhati keras dan berhati kasar tentu orang- orang akan menjauh dari sekitarnya. Aka tetapi Allah SWT telah menjadikan beliau sebagai rahmad dan petunjuk bagi semesta alam.[23]

Berikut ini nilai- nila pemasaran syariah sebagai berikut:

a. Transparan atau keterbukaan

   Dalam perusahaan yang berprinsip syariah, pengukuran yang jelas dan transparan merupakan suatu hal yang penting, karena prinsip syariah mengajarkan keadilan dan kejujuran perusahaan. Dalam pemasaran perusahaan harus transparan dengan stakeholdernya (pelanggan, karyawan, dan pemegang saham) yaitu dengan keterbukaan informasi yang sejelas- jelasnya dan tidak boleh ditutupi- tutupi.

[23]Prof. Dr. Wahbah Az- Zuhaili, *Tafsir al Wasith*...h. 229

b. Kejujuran

Dalam promosi, informasi yang dipaparkan harus sesuai dengan speksifikasi produk itu sendiri dan tidak boleh menyelewengkan informasi tentang suatu produk.

c. Ikhlas atau tulus

Ikhlas atau tulus merupakan salah satu nilai keislami yang terdapat dalam kegiatan promosidalam mempromosikan produknya seseorang atau perusahaan harus mempunyai niat yang baik, ikhlas dan tidak ada iktikat buruk.

d. Amanah dan tanggung jawab

Amanah adalah dapat dipercaya, seorang pembisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh nabi Muhammad SAW dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang nabi Muhammad SAW selalu mengembalikan hak milik atasannya baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang.[24]

E. Tabungan *Wadi'ah*

1. Pengertian Tabungan

Menurut undang-undang No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan *tabungan adalah simpanan yang penarikanya hanya bisa dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainya yang dipersebahkan dengan itu.*Tabungan merupakan jenis simpanan yang

[24]M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Perbankan Syariah,* (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 27

sangat dikenal oleh masyarak. Dalam perkembangan,zaman msyarakat saat ini sangat membutuhkan bank sebagai tempat penyimpanan uangnya.

Tujuan masyarakat menabung di bank antra lain

a. Nasabah merasa aman menyimpan uangnya dalam bentuk tabungandi bank.
b. Nasabah dapat mearik tabunganya dengan mudah karena bank memberikan kemudahan dalam penarikan, misalnya adanya mesin ATM yang beredar dimana- mana,adanya ATM bersama yang memudahkan nasbah untuk menarik tabungan di mesin ATM bank lain.
c. Untuk menghemat, supaya seluruh penghasilannya tidakdigunakan untuk belanja.[25]

2. Pegertian *Wadi'ah*

Barang yang dititipkan dikenal dalam bahasa fiqih dengan *al;wadi'ah*, menurut bahasa *(MaWudi'ah inda Ghair Malikihi Layahfadzahu),* berarti bahwa *wadi'ah* ialah memberikan. Makna yang kedua *al wadi'ah* dari segi bahasa ialah menerima, seperti seseorang berkata, "*adwa tuhu*" artinya akau menerima harta tersebut darinya (*Qabiltu minhu Dzhzlikz al-Ma Liyakuna Wadi'ah indi).*Secara bahasa *al-wadi'ah* memiliki dua makna, yaitu memberikan harta untuk

[25] Islam, *Akuntasi Perbankan*, hlm. 48

dijaganya dan pada penerimaanya *(I'tha u al-mal Liyahfadzahu wa fi Qalbulihi).*[26]

Dalam tradisi fiqih islam, prinsip titipan atausimpanan dikenal dengan prinsip *al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak kepihak lain, baik individu maupun badan hukum,yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki.[27]

3. Rukun Dan Syarat *Wadi'ah*

Sedangkan menurut Idris Ahmad wadi'ah memiliki tiga rukun sertai syarat, yaitu:

a. Barang yang ditiipkan, syarat barang yang dititipkan adalah barang benda itu merupakan sesuatu yang dapat dimiliki menurut syara'.
b. Orang yang menitipakan dana yang menerima titipan, disyaratkan bagi penitip dan penerima titipan sudah baliqh, berakal sehat syarat-syarat lain yang sesuai dengan syarat-syarat berwakil.
c. *Shigat ijab* dan *qabul al-wadiah*, disyaratkan pada ijab qabul ini dimengerti oleh kedua belah pihak, baik dengan jelas maupun samar.

Sedangkan rukun-rukun wadi'ah diantaranya adalah:

a. Barag/uang yang disimpan/dititipkan (*Wadi'ah)*

[26] Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 179
[27] Sayyid Sabiq, *Fighus Sunnah,* (Beirut: darul-kitab al-arabi,1987), cek ke-8, hlm. 3.

b. Pemilik barang/uang yang bertindak sebagai pihak yang menitipkan (*muwaddi)*
c. pihak yang menyimpan atau memberikan jasa *(mustawada'*)
d. Ijab qabul (*sighat).*[28]

Dari pengertian *wadi'ah* diatas maka penulis dapat memahami dan menjelaskan bahwa yang dimaksud *al-wadi'ah* adalah penitipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan sesuatu barang untuk dijaga secara layak dan aman. Apabila ada kerusakan pada benda titipan, padahal benda tersebut dijaga dengan sebagaimna layaknya dan baik maka penerima titipan,tidak wajib untuk mengantinya, tetapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalainnya maka ia wajib mengantinya.

4. Tabungan *wadi'ah*

Tabungan *Wadi'ah* Merupakan tabungan yang dijlanakan berdasarkan akad *wadiah* titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadi'ah,* bank syari'ah menggunakan *wadi'ah yad adh-dhamanah*.Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai prinsip yang memberikan hak kepada bank syariah utuk mengunakan atau memnfaatkan danan barang tersebut. Sebagai kosenkuensinya,bank bertangung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengebalikanya kapan saja pemiliknya

[28]Hendi Suhendi,*Fiqih Muamalah*,...hlm. 183

menghedaki.Disisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil pengunaan atau pemanfaatan dana barang tersebut.

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan beberapa keuntungan umum tabungan *wadi'ah* sebagai berikut:

a. Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan ang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan kembalikan setiap saaat dengan kehendak pemilik harta.
b. Keuntungan kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tangngan bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijadikan imbalan dan tidak menangung kerugian.
c. Bank dimungkinkanmemberikan bonus kepada pemilik harta sebagai insentif selama tidak diperjanjian dalam akad pembukuan rekening

5. Landasan Syari'ah

Al- wadi'ah amanat bagi orang yang menerima titipan dan ia wajib mengembalikannya pada waktu pemilik meminta kembali. Firman allah SWT dala surat An- Nisa: 58 dan juga surat Al-Baqarah: 283

إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu.Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat".

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa Allah mengabarkan bahwa dia memerintahkan untuk menunaikan amanat kepada ahlinya. Hal itu mencakup seluruh amanah yang wajib bagi manusia, berupa hak- hak Allah terhadap para hanba- Nya seperti shalat, zakat, puasa, kafarat, nadzar, dan selain dari itu, yang kesemuanya adalah amanat yang diberikan tanpa pengawasan hamba- Nya yang lain. Serta amanah berupa hak sebagia hamba dengan hamba lainnya, seperti titipan dan selanjutnya yang kesemuanya adalah amanah yang dilakukan tanpa pengawasan saksi.[29]

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ ٱلَّذِى ٱؤْتُمِنَ أَمَـٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟ ٱلشَّهَـٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

" jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan."

[29]Prof. Dr. Wahbah Az- Zuhaili, *Tafsir al Wasith*, (Jakarta: Gema Insani, 2012), h. 301

Dari ayat diatas dijelaskan bahwa menurut ibnu Abbas mengatakan mereka mendapatkan penulis, tetapi tidak mendapatkan kertas, tinta atau pena, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang oleh pemberi jaminan oleh pemberi jaminan yang dipegang oleh pemberi jaminan. Maksudnya penulis itu diganti dengan jaminan yang dipegang oleh sipemberi pinjaman.[30]

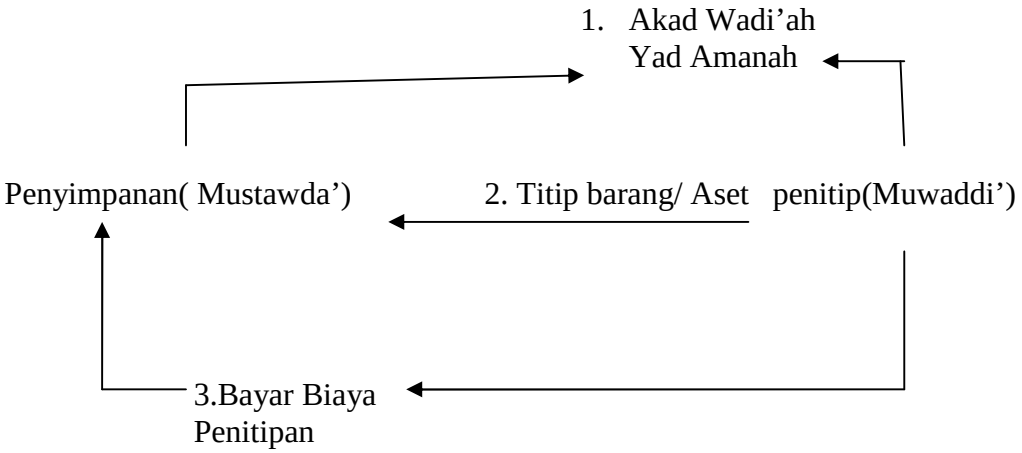
6. Macam-macam tabungan *wadi'ah*

Pada pelaksanaannya, Wadi'ah terdiri dari dua jenis yaitu:

a. Wadi'ah yad amanah

Adalah akad penitipan barang/jasa dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan mengunakan barang/uang dititipkan dan tidak berangung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkaatan atau kelalian penerima titipan.

Skema dari wadi'ah yad amanah

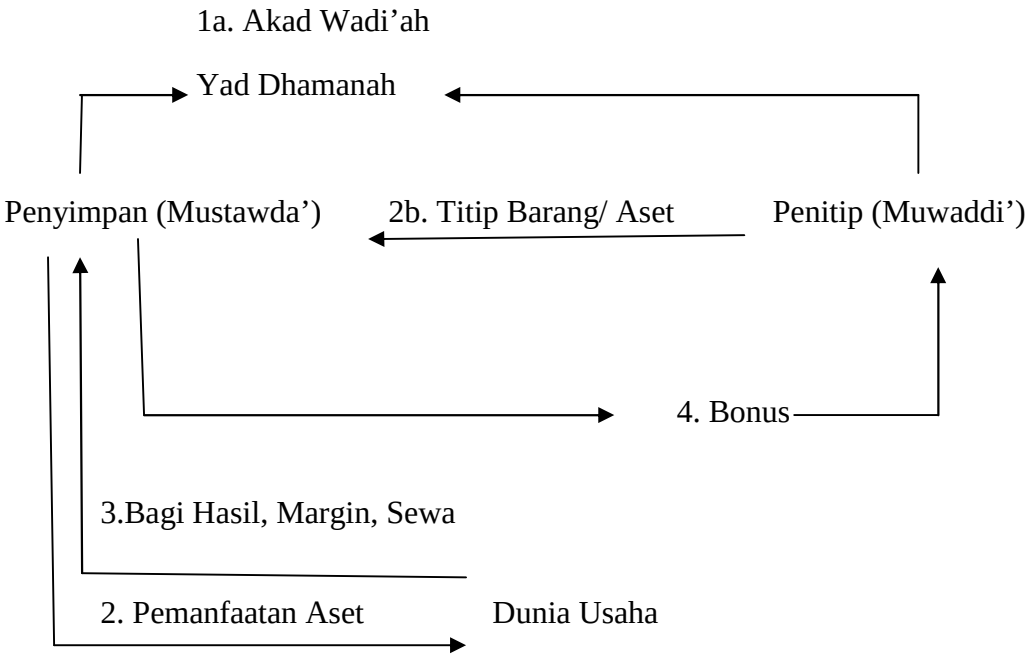


[30]Dr. Abdullah Bin Muhammad, *Tafsir Ibnu Katsir*, (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008), h. 708

b. *Wadi'ah yad-dhamanah*

Adalah akad penitip barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat bermanfaat barang/uang titipan dan harus bertangung jawab terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan.Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam pengunaan barang/uang tersebut menjadi hak penerima titpan.[31]Pada prinsip transaksi ini, pihak yang menitipkan barang/uang tidak perlu mengeluarkan biaya,bahkan ataskebijakan pihak yang menerima titipan, pihak yangmenerima titipan dapat memperoleh manfaat berupa bonus atau hadiah.

Skema dari Wadi'ah Yad Dhamanah



[31] Sunarto Zulkifli, *Panduan Transaksi Perbankan Syariah*,(Jakarta: Zikrul Hakim, 2003),hlm. 34

F. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

1. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prisnsip Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukumnya dapat berupa : Perseroan Terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No. 6/17/PBI/2004). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 menyebutkan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) yaitu Bank Syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.[32]

2. Tujuan dan Karakteristik BPR Syari'ah

Ada beberapa tujuan yang dikehendaki dari pendirian BPR Syari'ah di dalam perekonomian, yaitu sebagai berikut:

a. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat islam terutama kelompok masyarakat ekonomi lemah yang ada umumnya berada di daerah pedesaan.
b. Menambah lapangan kerja terutama ditingkat kecamatan, sehin gga dapat mengurangi arus urbanisasi.

[32]Debby Pramana dan Rachma Indrarini, Pembiayaan BPR Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan UMKM: Berdasarkan Maqashid Sharia, Vol. 3, No. 1, Januari- Juni 2017

c. Membina ukhuwah islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka peningkatan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai.[33]

G. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* and *Threat*) adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifin ekstkasi faktor imternal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.[34]

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* and *Threat*) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan[35]

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* and *Threat*) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.[36]

---

[33]Warkum Sumitro, *Asas- Asas Perbankan Islam dan Lembaga- lembaga Terkait BMUI& Takaful,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h.112

[34]Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik,* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2004), h. 172

[35]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 2008), h. 51

Menurut penulis Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity* and *Threat*) adalah untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek untuk merumuskan suatu strategi perusahaan.

2. Penjabaran analisis SWOT

S = *Strength* merupakan kondisi internal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan

W = *Weakness* merupakan kondisi internal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektif yang diinginkan

O = *Opportunity* merupakan kondisi eksternal yang menunjang suatu organisasi untuk mencapai objektifnya

T = *Threat* merupakan kondisi eksternal yang menghambat suatu organisasi untuk mencapai objektifnya

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.[37] Analisa ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strenght)* dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness)* dan ancaman (*Threat*). SWOT adalah cara evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis lingkungan eksternal adalah peluang dan ancaman .

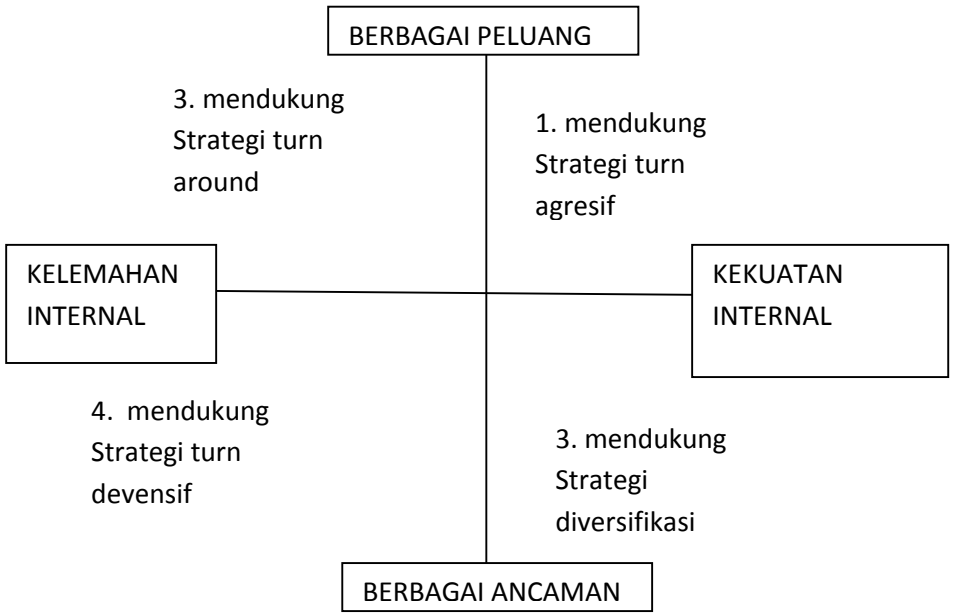
---

[36]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT :Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1997)h.18

Analisis lingkungan internal adalah kekutan dan kelemahan. Kekuatan (S) akan membuat perusahaan mampu mengambil kesempatan (O), sedangkan kelemahan (W) akan membuat perusahaan menghadapi ancaman (T). Setelah Kondisi teridentifikasi, maka strategi dapat disusun berdasarkan analisis SWOT:

a) Bagaimana menggunakan *Strenght*?
b) Bagaiman memperbaiki *Weakness*?
c) Bagaimana mengeksploitasi setiap *Opportunity*?
d) Bagaiman melalukan *Threat*?

DIAGRAM 2.1 ANALISIS SWOT



Sumber: Freddy Rangkuti :1997 :19

Kuadran 1 : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan

peluang yang ada. Stratehi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak ia meghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah- masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.[38]

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisa yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanyan adalah arahan / rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.

[38]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT: *Teknik Membedah kasus bisnis- Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 2*1...h. 19

1. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan merupakan suatu kelebihan khusus yang berasal dari perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan hal- hal dari dalam perusahaan yang menghambat perkembangan usaha, misalnya kekurangan sumber dana, kurang kemampuan dan keahlian manajemen, dan lain- lain.

3. Peluang (*Opportunity*)

Peluang merupakan situasi yang baik dari lingkungan perusahaan yang dapat memberikan keuntungan pada perusahaan. Peluang merupakan identitas pasar tertentu, kondisi persaingan, dan sebagainya

4. Ancaman (*threat*)

Ancaman merupakan situasi yang tidak diharapkan dilingkungan perusahaan yang dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Ancman ini dapat berupakan masuknya saingan baru, perkembangan teknologi, perubanhan regulasi yang dapat memberikan ancaman terhadap keberhasilan.

3. Matrik SWOT

Matrik SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan yang didasarkan pada analisis. Untuk menganalisis lebih lanjut kebijaksanaan dan strategi yang diambil dari keadaaan lingkungan yang berjalan, maka aspek- aspek yang akan dianalisis tersebut dimasukkan kedalam matrik SWOT, perpaduan dari

kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang merupakan dengan mengkombinasikan empat alternatif strategi yang tersedia yaitu SO, WO, ST Dan WT.

a. Strategi SO

   Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

b. Strategi ST

   Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menguasai ancaman.

c. Strategi WO

   Strategi ini diterapakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

   Stategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.[39]

F. Kajian terdahulu

Dalam kajian ini penulis memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti tentang Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* pada PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul ikhlas di Kota Solok diantaranya:

[39]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah kasus bisnis- Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*...h. 21

Prima Sari Widia (2015) dengan judul **"Strategi promosi *Advertising*Produk Tabungan *Mudarabah* iB Taspenas Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Bukittinggi"**. Hasil dari penelitian ini adalah lebih fokus dengan menggunakan alat promosi media cetak berupa brosur, majalah, buletin, koran dan spanduk[40]

Nasution (2014) dengan judul **"Strategi Publisitas Terhadap Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Capem Bukittinggi"**. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Bank Muamalat Indonesia Capem Bukittinggi dalam menerapakan strategi publisitas menggunakan dengan cara memberikan brosur BMI kepada nasabah pada saat melakukan promosi publisitas pada event - event tertentu dan mempromosikan produknya di perpustakaan bung hatta pada saat pertemuan anggota- anggota pemerintah[41]

Permatasari (2009) dengan judul **"Strategi Promosi *Personal Selling* Produk Tabungan Mandiri Sejahtera pada BMT Kube Sejahtera Unit-049 Gadut"**. Hasil dari penelitian ini adalah pada walnya BMT menyebarkan brosur kemasyarakat, melakukan kerjasama

[40]Prima Sari Widia, *"Strategi promosi Advertising Produk Tabungan Mudarabah iB Taspenas Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Bukittinggi,"*Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tidak diterbitkan, (2015), h.64

[41]Nasution "Strategi Publisitas Terhadap Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Capem Bukittinggi,"Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tidak diterbitkan, (2015), h.56

pendekatan kelembagaan, melakukan kerjasama pendekatan pada calon nasabah.[42]

Dengan demikian perbedaan penelitian ini dengan penelitan sebelumnya adalah membahas tentang strategi promosi memfokuskan pada promosi melalui *Advertising* saja yang dilakukan oleh PT Bank BNI Syariah terhadap tabungan *Mudarabah* iB Taspenas. Dan selanjutnya adalah membahas tentang Strategi *publisitas* terhadap tabungan Haji Arafah pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk capem Bukittinggi. Kemudian membahas tentang judul Strategi Promosi *Personal Selling* Produk Tabungan Mandiri Sejahtera pada BMT Kube Sejahtera Unit-049 Gadut.

Sedangkan Pada penelitian ini strategi promosi yang dilakukan tidak hanya terfokus pada satu strategi saja tapi membahas tentang bagaimana strategi promosi melalui *periklanan*,dan*penjualan pribadi*.

[42]Permatasari,"Strategi Promosi *Personal Selling* Produk Tabungan Mandiri Sejahtera pada BMT Kube Sejahtera Unit-049 Gadut,"Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Tidak diterbitkan, (2015), h.57

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penulisan yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.Analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu metode yang digunakan terhadap data yang di kumpulkan, kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis.[43]Dalam penelitian ini penulis menggambarkan bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh PT BPR Syariah Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas yang beralamat Jl. Datuak Parpatih Nan Sabatang Kota Solok.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dan angket.Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari sumber data tanpa perantara dengan pertanyaan

[43]Surakhmadi,*Metode Penelitian Survey* (Jakarta : Aneka,1999),Hlm.8

terbuka kepada pimpinan dan karyawan di PT BPR Sayriah Barakah Nawaitul Iklas Kota Solok.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung permasalahan yang akan dibahas dan diperoleh dari perpustakaan maupun bahan acuan lainnya. Data yang tidak diperoleh secara langsung yang di dapat dari literatur buku pustaka, baik dalam bacaan yang memeungkinkan serta berkaitan dengan penelitian yang dilakukan di PT.BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.[44]Observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung di PT BPR Syariah Brakah Nawaitul Iklhas kota Solok.Hasil observasi berguna untuk menguatkan data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap permasalahan yang di angkat.

[44]Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras,2009), Hlm .58

2. Wawancara

Wawancara adalah menemukan informasi secara lisan dalam hubungan tatap muka dengan narasumber.[45]Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan bagian Kabid Operasional.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal- hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, agenda, brosur dan sebagainya[46].Penulis memperoleh data dengan mengumpulak dokumen-komumen yang ada di PT. BPR Syariah Barakah Nawaitul Iklas.

E. Teknik Analisis Data

1. Analisis SWOT

Data yang terkumpul diolah dan dianalisa. Pola pendekatan yang dilakukan dalam penyelesaian permasalahan yakni dengan menggunaka metode analisis SWOT, yaitu denga membadingkan faktor eksternal (*Oppotunities* dan *Weakness*) setelah semua data terkumpul maka penulis aka mengolah dan menyeleksi data tersebut. Kemudian akan diklasifikasikan menjadi faktor internal (*Strenght* dan *Threat).*[47] Penelitian menunjukan bahwa kinerja perusahaan dapat

[45]Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta : Prenadamedia Group, 2011), Hlm. 138

[46]Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta :Grasindo, 1998), Hlm. 95

[47]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT *: Teknik Membedah Kasus Bisnis- Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad* 21, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997). H. 48

ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.

Penjabaran analisis SWOT

S = *Strength* merupakan sesuatu yag berasal dari perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam suatu pelayanan dan mendukung perkembangan usaha.

W = *Weakness* merupakan hal- hal dari dalam perusahaan yag menghambat perkembangan usaha, misalnya kurangnya kemampuan dan keahlian.

O = *Opportunity* merupakan situasi yang baik dari lingkungan perusahaan yag dapat memberikan keuntungan pada perusahaan.

T = *Threat* merupakan situasi yag tidak diharapkan oleh perusahaan dan mengembagkan usahaya. Ancaman berupa masuknya peluag baru, perkembangan teknologi, perubahan regulasi yag dapat mengancam keberhasilan perusahaan.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisa yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau perusahaan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisa biasanya adalah arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan

menambah keuntungan dari peluang yang ada sambil mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.[48]

2. Analisis Matrik EFE dan IFE

Matrik EFE adalah mengevaluasi faktor- faktor yang ada diluar lingkungan organisasi (peluang dan ancaman). Matrik IFE adalah mengevaluasi faktor- faktor yang ada di lingkungan internal organisasi yaitu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik EFE dan IFE bermanfaat untuk melihat beberapa bobot masing- masing faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Setelah semua faktor yag diidentifikasi ditentukan bobotnya, dimana bobot diperlihatkan tingkat kepentingan faktor tersebut. Jumlah bobot seluruh faktor, baik internal maupun eksternal harus sama dengan 1,0.

3. Analisis Matrik SWOT

Matrik SWOT menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan perusahaan yang didasarkan pada analisis. Untuk menganalisis lebih lanjut kebijaksanaan dan strategi yang diambil dari keadaaan lingkungan yang berjalan, maka aspek- aspek yang akan dianalisis tersebut dimasukkan kedalam matrik SWOT, perpaduan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang merupakan dengan

[48]Freddy Rangkuti, Analisis SWOT *: Teknik Membedah Kasus Bisnis- Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad* 21, ...h. 50

mengkombinasikan empat alternatif strategi yang tersedia yaitu SO, WO, ST dan WT.

e. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar- besarnya.

f. Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menguasai ancaman.

g. Strategi WO

Strategi ini diterapakan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

h. Strategi WT

Stategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.[49]

[49]Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah kasus bisnis- Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*...h. 21

Matrik SWOT tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

TABEL 3.1 Matrik SWOT

IFE / EFE	**STRENGTHS (S)** Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	**WEAKNESS(W)** Menenntukan kelemahan internal
OPPORTUNIES (O) Menentukan peluang internal	**STRATEGI SO** Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang	**STRATEGI (WO)** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang
TREATHS (T) Menentukan ancaman eksternal	**STRATEGI ST** Mengoptimalkan kekuatan yag ada dalam meminimalkan ancaman dari luar	**STRATEGI WT** Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka meminimalkan ancaman luar

4. Tabel Bobot Skor

Setelah melakukan beberapa tahap yaitu identifikasi faktor internal dan eksternal, IFE dan EFE matrik SWOT akan membantu dalam menentukan strategi yang tepat untuk masa yag akan datang. Untuk memperkuat pilihan strategi denga menggunakan bobot skor dan peringkat untuk faktor internal dan eksternalmaka akan dilakukan perhitungan jumlah total skor masing- masing. Peringkat dapat diambil menjadi strategi yang akan dimanfaatkan untuk masa yang akan datang.

Dengan menggunakan skor bobot akan bermanfaat untuk menentukan strategi utama. Ini dilakukan dengan cara dari masing-

masing strategi yang mempunyai total skor tertinggi maka itulah strategi utama yag sebaiknya digunakan.[50]

Tabel 3.2Total Bobot Skor

IFE / EFE	**STRENGTHS (S)** Kekuatan	**WEAKNESS(W)** Kelemahan
OPPORTUNIES (O) Peluang	Totak Skor Strategi S- O	Total Skor Strategi W- O
TREATHS (T) Ancaman	Total Skor Strategi S- T	Total Skor Strategi W- T

[50]Yudhi Pratama, *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*, (Bandung : Alfabeta, 2014), Hlm.

BAB 1V

HASIL PENELITIAN

A. Monografi PT. BPRS Barakah Nawitul Ikhlas Kota Solok

1. Sejarah Berdirinya PT. BPRS Barakah Nawitul Ikhlas Kota Solok

Seiring dengan membaiknya pandangan masyarakat terhadap penerapan konsep syariah Islam dan aspek ekonomi terutama dalam bidang perbankan baik di luar negeri maupun di dalam negeri,di Indonesia merupakan salah satu asal adanya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang terletak di Kota Solok yang mayoritas masyarakat beragama islam. PT. BPRS Barakah Nawitul Ikhlas Kota Solok mulai beroperasi pada tanggal 03 Juni 2008 atas dasar keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor : 10/35/KEPBGO/065/2008 pada tanggal 08 Mei 2008.

PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok dibina oleh ***Bank Indonesia***(BI), yang tergabung dalam himpunan Bank Islam atau lebih dikenal dengan ***Islamic Bank***(IB). Simpanan pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dijamin oleh ***Lembaga Penjamin Simpanan***(LPS). PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas berlokasi di Jl. Datuak Perpatih Nan Sabatang No.807 Kelurahan Aro IV Korong Kecamatan Lubuak Sikarah Kotamadya Solok dan telah membuka kantor pelayanan Kas yang berlokasi di Jl. Kiyai Ahmad Dahlan No. 07 Pandan Dakek Kota Solok.[51]

Secara umum PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dalam aktifitasnya menjalankan dua fungsi perbankan yaitu menghimpun dan menyalurkan dana

[51]Profil PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

masyarakat, berupa tambahan modal, dana pinjaman (berupan pinjaman instansi atau Bank lain). Dan dana pihak ketiga (DPK) yang berasal dari tabungan dan deposito. Sedangkan untuk penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan kepada pihak terkait dengan jumlah yang telah ditetapkan oleh Undang-undang perbankan PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok yang merupakan Bank pertama yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah di Kota Solok dengan system bagi hasil.[52]

2. Visi dan Misi PT. BPRS Barakah Nawitul Ikhlas Kota Solok

a. Visi

Visi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas yaitu: “Menjadikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas yang sehat dan berkembang memberikan kepuasan serta keuntungan kepada masyarakat (Stakeholder) dengan cara yang Islami”

b. Misi

Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas yaitu: “Mendorong ekonomi masyarakat Mikro dan kecil dalam meningkatkan taraf hidup menurut syariat Islam.”

[52]Profil PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

3. Produk-produk dan Jasa PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

a. Produk penghimpuna dana

Produk penghimpunan dana PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas adalah:

1) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dikelola dengan akad *mudharabah muthlaqah* (investasi tidak terkait), yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*) untuk mencari keuntungan atau hasil usaha, dengan pembagian hasil usaha sesuai dengan porsi atau nisbah yag disepakati pada saat awal akad.

Manfaat:

a. Aman dan terjamin
b. Bagi hasil kompetitif
c. Layanan antar jemput
d. Bebas biaya administrasi bulanan

Persyaratan :

a. Fotocopy KTP, SIM / Pasport
b. Setoran awal Rp. 10.000,-

2) Tabungan *Al- Wadi'ah*

Merupakan titipan, tidak dapat bagi hasil, tapi dapat diberi bonus jika bank menginginkan, asal tidak diperjanjikan pada saat nasabah membuka tabungan yag penarikannya dapat dilakukan setiap saat di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Barakah Nawaitul Ikhlas.

Manfaat :

a. Aman dan terjamin
b. Layanan antar jemput
c. Bebas biaya administrasi bulanan

Persyaratan :

a. Fotocopy KTP, SIM / Pasport
b. Setoran awal Rp. 10.000,-

3) Deposito *Mudharabah*

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan hasil yang menarik, simpanan danamasyarakat akan dikelola melalui pembiayaan *sector riil* yang halal dan baik saja sehingga memberikan bagi hasil yag halal.

Manfaat :

b. Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah
c. Bagi hasil yang kompetitif

d. Fasilitas *Automatic Roll Over* (ARO)

e. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan

Karakteristik :

a. Jangka waktu fleksibel : 1,3,6 dan 12 bulan

b. Dicairkan pada saat jatuh tempo

c. Setoran awal minimal Rp. 10.00

b. Produk penyaluran dana

1) Pembiayaan *Murabahah* (Jual Beli)

Secara teknisi perbankan murabahah adalah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah denga margin keuntunga yag disepakati.

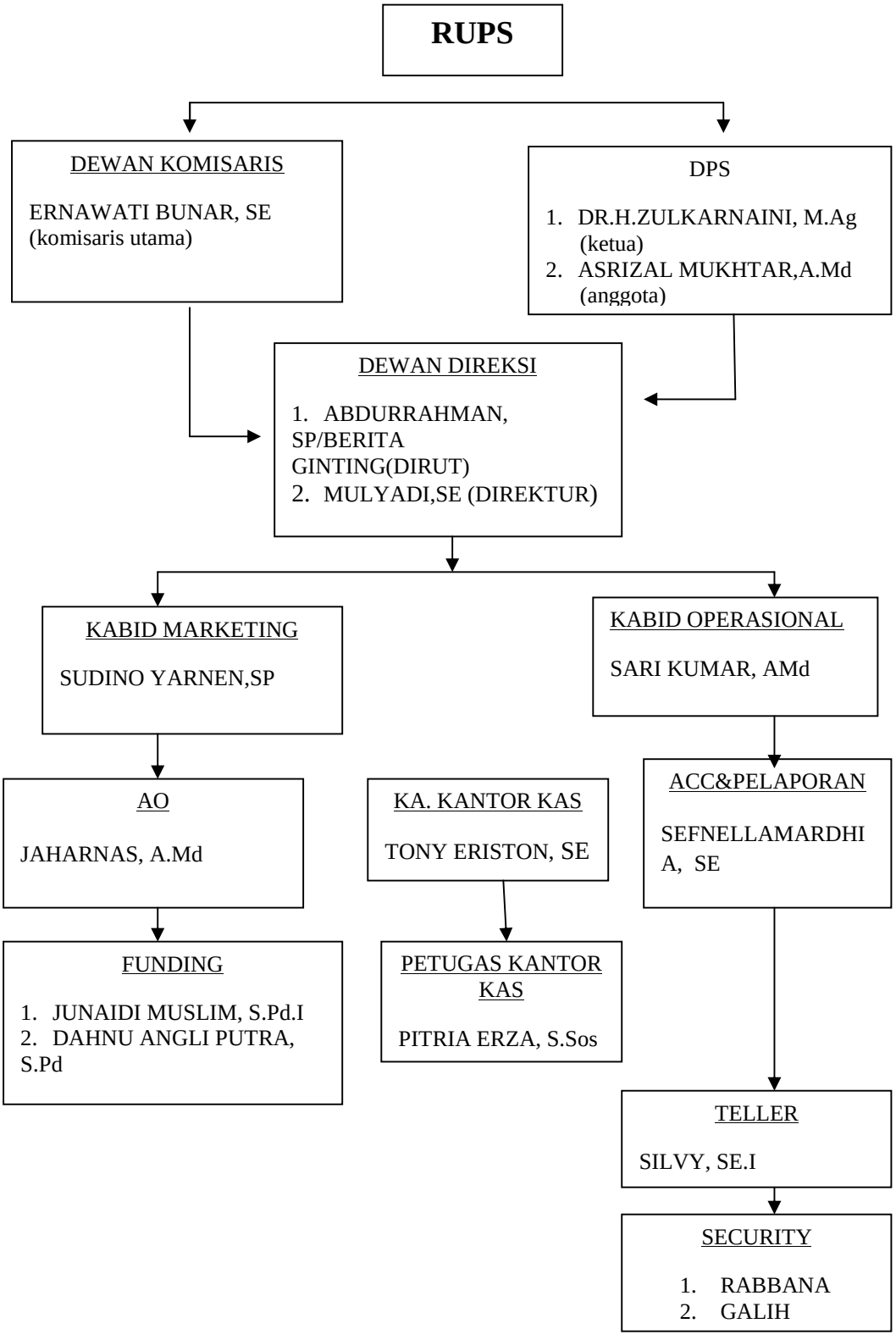
2) Pembiayaan *mudharabah* (Bagi Hasil)

Adalah akad kerja sama antara bak denga mudharib (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha, dalam hal ini pemilik *(shahibul mal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/ pedagang untuk dikelola.

3) Piutang Multi Jasa

Piutang multi jasa adalah jenis pembiayaan yag diberikan kepada nasabah dimana penggunaan pembiayaan ini adalah untuk bidang pendidikan, kesehatan, dan ketenagakerjaan.

4. Struktur Organisasi PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok



Pembagian tugas dan wewenang Struktur Organisasi

Pembagian tugas merupakan bagian yag sangat penting dalam suatu organisasi. Hal ini disebabkan agar tidak terjadinyan tumpang tindih pekerjaan dalam mencapai suatu tujuan organisasi. Berikut PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok:

1. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

   Pengambilan keputusan kebijakan tertinggi terdapat pada RUPS yang diadakan setahun sekali.Dalam RUPS ini dibahas laporan neraca dan laporan laba rugi serta laporan sumber daya manusia dan penyaluran pembiayaan.

   Tugas RUPS ini adalah:

   a. Memilih dan mengangkat direksi
   b. Memilih dan mengangkat dewan direksi
   c. Menentukan kebijakan bank tahun berikutnya

2. Dewan Pengawas Syariah

   DPS terdiri dari 3 orang atau lebih, profesi yang ahli dalam hukum Islam yang dipimpin oleh ketua pengawas syariah berfungsi memberikan fatwa agama terutama dala produk- produk bank syariah. Kemudian kerja sama dengan komisaris mengawasi pelaksanaanya. Fatwa agama dari hasil keputusan musyawarah dewan pengawas syariah disampaikan secara tertulis kepada direksi dengan tindakan kepada dewan komisaris.

3. Komisaris

Komisaris bertugas melakukan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan rencana dan anggaran yang telah dibuat dan disetujui dalam RUPS, serta memberi persetujuan serta penolakan atas permohonan di luar dari batas dan wewenang direksi.

4. Bidang Marketing

Fungsi bidang marketing adalah sebagai aparat manajemen yang ditugaskan untuk membantu direksi dalam menangani khususnya yag menyangkut bidang marketing dan pembiayaan.

Tugas- tugasnya:

a. Melakukan *monitoring*, evaluasi, *review*, dan *supervise* terhadap pelaksanaan tugas dan fungsi bidang marketing (pembiayaan) pada unit (bagian yang ada dibawah supervisinya)
b. Bertindak sebaai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan pembiayaan.
c. Menyusun strategi planning dan slaku marketing (solitasi nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumber dana maupun alokasi pemberian pembiayaan secara efektif dan terarah)

5. *Account Officer* (AO)

AO atau pembina pembiayaan yang bertugas memproses calon debitur atas permohonan pembiayaan sehingga menjadi debitur tersebut

agar memenuhi kesanggunitur yang mungkin terjadi penyelasaikan kasus atau masalah debpannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya.Juga menyelsaikan kasus atau masalah debitur yang mungkin terjadi.

6. Bagian Teller

Melakukan kegiatan penerimaan dan mengeluarkan uang tunai dari atau kepada nasabah maupun pihak lain, mengatur, menyusun dan menyimpan uang, melaporkan persediaan dan kondisi fisik kas kepada manager operasional serta melaukan serta melakukan input transaksi kas atu pencatatan lainnya.

7. Security

Security merupakan bagian yag berfungsi memastikan tercapainya kondisi lingkingan perusahaan yag aman dan kondusif

Tugas- tugas:

a. Menjaga keamana bank dari semua gangguan dari dalam maupun diluar bank
b. Mencatat dan melaporkan semua peristiwa yang dianggap perlu untuk menjaga keamanan bank
c. Mengawasi kendaraan nasabah yang datang berurusan ke kantor PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas
d. Mengawali setiap adanya penyetoran / pengambilan uang dari bank ke bank lain

e. Bertanggung jawab langsung ke Kabag Umum dan personalia (manajer operasional)
f. Membersihkan kantor dan perangkat PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas
g. Menyiapkan minuman untuk pimpinan dan karyawan setiap kerja

B. Strategi bauran promosi pada tabungan *wadi'ah* di PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

1. Strategi promosi melalui periklanan (*Advertising*)

Promosi periklanan ini dilakukan dengan cara menyebarkan bonus kepada masyarakat kota Solok. Mekanisme promosi periklanan tabungan *wadi'ah* yang dilakukan pihak marketing, pertma marketing mempromosikan produk dengan cara menjelaskan produk melalui brosur, yang mana brosur tersebut diberikan kepada masyarakat kota solok dan juga diberikan kepada masyarakat yang datang langsung ke bank.

Kendala yang terdapat dalam promosi ini, pihak marketing yang menjelaskan tentag produk lewat brosur terlalu fokus ke brosur sehingga masyarakat merasa tidak paham dengan penjelasan marketing tersebut.

Promosi yang efektif itu sebaiknya pihak marketing lebih memperhatikan nasabah apakah penjelasan yang disampaikan bisa di mengerti nasabah dan penyampaian dalam menjelaskan produk wadi'ah tersebut tidak terlalu terfokus pada brosur saja.

Strategi yang harus dilakukan pihak bank dalam promosi periklanan ini lebih diperhatikan lagi untuk menggaet minat nasabah

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pimpinan Bank BPRS Barakah Nawaitul ikhlas Kota Solok yaitu dengan Bapak Abdur Rahman, SP mengatakan bahwa strategi yang dilakukan strategi promosi periklanan dengan melakukan brosur melihat mekanisme dan kendala.[53]

2. Strategi promosi melalui penjualan pribadi

Penjualan pribadi ini adalah penjualan yag dilakukan pihak marketing terhadap nasabah berinteraksi langsung dengan nasabah. Mekanisme dalam penjualan pribadi ini yang dilaukan dari mulut kemulut dan dari masyarakat kemasyarakat.

Promosi ini akan efektif apabila pihak bank yang menyampaikan kepada masyarakat itu benar- benar jelas dan dapat dimengerti oleh masyarakat.

Data diatas diperkuat dengan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pimpinan Bank BPRS Barakah Nawaitul ikhlas Kota Solok yaitu dengan Bapak Abdur Rahman, SP mengatakan bahwa strategi yang dilakukan strategi penjualan pribadi dengan melakukan promosi

[53]Wawancara dengan Direktur Utama PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok dengan Bapak Abdur Rahman, SP pada tanggal 17 Juli 2018

pihak marketing berinteraksi langsung dengan nasabah dari mulut kemulut dari masyarakat kemasyarakat dilihat mekanismenya dan kendala[54].

C. Jumlah nasabah dan tabungan *wadi'ah* pada PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

Tabel 4.1
Perkembangan jumlah nasabah tabungan *wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok
2013- 2017

Tahun	Nasabah	Kenaikan/ Penurunan	
		∑	%
2013	113	-	-
2014	270	157	138,9%
2015	181	(89)	(32,96%)
2016	478	297	164,08%
2017	543	65	13,59%
Total			283,61%
Rata- rata			56,72%

Sumber: Data diperoleh dari PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan *wadi'ah* terjadi kenaikan sebesar 157 atau 138,9%, dan sterusnya mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 89% atau 32,96%, tahun2016 mengalami peningkatan 297 atau 164,08%, dan pada tahun 2017 naik sebesar 65 atau 13,59%.

Tabel 4.2
Perkembangan jumlah Saldotabungan *wadi'ah* pada PT BPRS Barakah Nawaitul Iklas di Kota Solok
2013- 2017

Tahun	Jumlah tabungan	Kenaikan/ Penurunan	
		∑	%
2013	16.964.066	-	-

[54]Wawancara dengan pimpinan PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok dengan Bapak Abdur Rahman, SP pada tanggal 17 Juli 2018

2014	123.521.137	106.557.071	628,13%
2015	72.027.336	(51.493.801)	(41,68)%
2016	149.709.228	77.681.892	167,85%
2017	110.245.896	(39.460.332)	(26,35)%
Total			727,95%
Rata- rata			181,98%

Sumber: Data diperoleh dari PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok

Dari data tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa pada tahun 2014 jumlah tabungan *wadi'ah* terjadi kenaikan sebesar 106.557.071 atau 628,13%, dan sterusnya mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 51.493.801 atau 41,68%, tahun2016 naik 77.681.892 atau 167,85%, dan pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 39.460.332 atau 26,35%.

Dari data- data yang diperoleh pertumbuhan nasabah tabungan *wadiah* mengalami kenaikan dan penurunan , namun pada total saldo diikuti dengan pertumbuhan yang sama dengan pertumbuhan nasabah, total saldo yang ada pada tabungan wadi'ah dari tahun ketahun hanya mengalami penurunan dan kenaikan.

D. Analisa penulis tentang strategi promosi periklanan dan penjualan pribadi produk tabungan *wadi'ah* pada PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

Menurut penulis strategi promosi periklanan dan penjualan pribadi produk tabungan *wadi'ah* yang dilakukan pada PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas jumlah nasabah produk tabungan ini tidak signitif.

Untuk menganalisa promosi periklanan dan penjualan pribadi tabunga *wadi'ah*, penulis melakukan analisis SWOT (*strenghs*, *weakness*, *opportunities,theats*). Analisa ini bertujuan untuk menentukan strategi

promosi yang akan digunakan dengan memperhatikan kekuatan yang dimiliki, mengekploitasi peluang dan kesempatan yang ada dengan mengurangi atau meminimilisir ancaman dan gangguan yang di hadapi oleh PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas.

Tabel: 4.3
Tabel Analisis SWOT

Kekuatan (*Strenght*)	**Kelemahan (*Weaknesses*)**
1.PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas memiliki bayak ragam keunggulan tersendiri dan bisa lebih selektif lagi dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan. 2.Produk tabungan *wadi'ah* ini digunakan oleh masyarakat dari kalangan apa saja. 3.Produk tabungan *wadi'ah* bebas biaya administrasi dan antar jemput 4.Memiliki *good image*	1.Strategi yang digunakan dalam kegiatan promosi masih kurang optimal 2.Kurangnya sosialisasi pengenalan akan produk tabungan *wadi'ah* pada masyarakat 3.Sarana promosi yang digunakan kurang efektif 4.Promosi tidak tersendiri promosinya bersamaan dengan penghimpun dana yang lain
Peluang (*Opportunity*)	**Ancaman (*Trheat*)**
1.Kebijakan pemerintah dalam memberikan keleluasan dalam mempromosikan produk perbakan syariah 2.Letaknya berada dilokasi yag strategis 3.Mayoritas penduduk masyarakat solok yang beragama Islam 4.Perekonomian masyarakat Solok yang membaik	1.Perkembagan dan persaingan dunia perbankan yang semakin meningkat 2.Produk tabungan *wadi'ah* semua bank syariah memiliki produk ini 3.Sudah banyaknya produk tabungan *wadi'a*h 4.Adanya persaingan promosi di media online

1. **Analisa *Internal Fator Evaluation (IFE)***

Dari hail observasi,wawancara dan pengamatan penulis maka penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor internal yang diperoleh dari kekuatan dan kelemahan.

a. Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan (*strenght*) adalah suatu yang berasal dari perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam suatu pelayanan dan mendukung perkembangan usaha.Kelebihan dan kekuatan yang dimiliki PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas diantaranya:

1) PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas memiliki banyak ragam keunggulan tersendiri dan bisa lebih selektif lagi dalam memilih produk yag sesuai dengan kebutuhan.

2) Produk tabungan *wadi'ah* ini digunakan oleh masyarakat dari kalanga apa saja.

3) Produk tabunga *wadi'ah* bebas biaya administrasi dan antar jemput

4) Memiliki *good image* (nama baik)

b. Kelemahan (*Weaknesses)*

Kelemahan adalah hal-hal dari dalam perusahaan yang menghambat perkembangan usaha. Misalnya kekurangan sumber dana, kurang kemampuan dan sebagainya. Kelemahan yag dimiliki PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas diantaranya:

1) Strategi yang digunakan dalam kegiatan promosi masih kurang optimal.

2) Kurangnya sosialisasi pengenalan akan produk tabungan *wadi'ah* pada masyarakat.
3) Sarana promosi yang digunakan kurang efektif
4) Promosi tidak tersendiri promosinya bersamaan dengan produk penghimpunan dana yang lain

Tabel 4.4

Hasil analisis matrik IFE

Strategi promosi pada produk tabungan*wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

No	Faktor internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	BPRS memiliki banyak ragam keunggulan produk tersendiri	0,10	2	0,20
2	Produk tabungan wadi'ah digunakan oleh semua kalanga masyarakat	O,15	3	0,45
3	Pembukaan buku tabungan sebesar Rp. 10.000,-	0,15	4	0,60
4	BPRS memilki *good wiil image*	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,55**		**1,70**
Kelemahan				
1	Strategi yang digunakan dalam promosi masih belum optimal	0,5	3	0,15
2	Kurangnya pengenalan sosialisasi akan produk kepada masyarakat	0,15	3	0,45
3	Sarana promosi yang	0,10	2	0,20

	digunakan kurang efektif			
4	Promosi yag dilakukan bank bersamaan dengan produk perbankan lainnya	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,45**		**1,35**
	Total	**1,00**		**2,95**

Sumber: penelitian lapangan di PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota

Pemberian bobot yaitu 0,01(sangat rendah), 0,05(rendah), 0,10 (sedang), 0,15 (tinggi). Jumlah seluruh bobot baik masing- masing bagian internal dan eksternal harus berjumlah 1,00 atau 100%.

Dalam penentuan masing- masing diberika poin sebagai berikut: 4 (sangat penting), 3 (penting), 2 (cukup penting), 1 (tidak penting). Secara keseluruhan nilai skor yaitu: merupakan hasil kali bobot dengan ranting akan memberikan besaran jumlah total pada keempat faktor baik kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Berdasarkan analisis matrik IFE pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa sisi internal bobot kekuatan dimasing- masing elemen adalah 1,70 dan kelemahan 1,25. Maka dapat diperoleh total bobot skor pada tabel IFE 2,95. Hal ini menunjukkan saat ini produk tabungan *wadi'ah* cukup unggul dalam menggunakan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang ada pada strategi promosi.

2. *Analisis External Factor Evaluation* (EFE)

Lingkungan eksternl perusahaan merupakan faktor dari luar kendali bank yang memberikan pengaruh pada kinerja bank.Keberhasilan bank terletak pada kemampuan beradaptasi dan menghadapi lingkungan luar bank yang selalu berubah-ubah.

Hal ini mempengaruhi strategi perusahaan untuk menentukan bagaimana cara serta kapan saat yang tepat untuk bertahan dan berkembang.

Dari hail observasi,wawancara dan pengamatan penulis maka penulis menyimpulkan bahwa ada beberapa faktor eksternal yang diperoleh dari peluang dan ancaman.

a. Peluang (*Opportunities*)

Adapun peluang PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dalam promosi

1) Kebijakan pemerintah dalam memberikan keleluasan dalam mempromosikan produk perbakan syariah.
2) Letaknya berada dilokasi yang strategis yaitu pusat kota
3) Mayoritas penduduk masyarakat solok yang bragama islam.
4) Perekonomian masyarakat solok yang membaik.

b. Ancaman(*Threats*)

Hambatan yag dihadapi oleh PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas diantaranya:

1) Perkembangan dan persaingan dunia perbankan yang semakin meningkat.

2) Produk tabungan *wadi'ah* semua bank syariah memiliki produk ini.

3) Sudah banyaknya produk tabungan *wadi'ah*

4) Adanya persaingan promosi di media online

Tabel 4.5
Analaisis Matrik EFE*(External Factor Evaluation)*

Strategi promosi pada produk tabungan*wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

No	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Kebijakan pemerintah dalam memberikan keleluasan dalam mempromosikan produk	0,15	4	0,60
2	Letaknya berada dilokasi yang strategis	0,10	3	0,30
3	Mayoritas penduduk masyarakat solok yang beragama islam	0,15	3	0,45
4	Perekonomian masyarakat Solok yang membaik	0,15	3	0,45
	Jumlah	**0,55**		**1,80**
Ancaman				
1	Perkembangan dan persaingan dunia perbankan meningkat	0,05	3	0,15
2	Produk tabungan *wadi'ah* semua bank syariah memiliki produk ini	0,15	3	0,45
3	Sudah banyaknya produk tabungaqn *wadi'ah*	0,10	3	0,30

4	Adanya persaingan media online	0,15	4	0,60
	Jumlah	**0,45**		**1,50**
	Total	**1,00**		**3,30**

Sumber: penelitian lapangan di PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

Pada tabel 4.4 dapat dilihat dari sisi eksternalnya bobot dari peluang yaitu 1,80 dan ancaman 1,50 sehingga diperoleh total skornya yaitu 3,30 saat ini perusahaan telah merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang ada pada strategi promosi.

5. Matrik SWOT

TABEL 4.6 Matrik SWOT

PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

IFE / **EFE**	**STRENGTHS (S)**	**WEAKNESS(W)**
	a. BPRS memiliki ragam keunggulan produk perbankan tersendiri b. Produk tabungan *wadi'ah* ini digunakan oleh masyarakat kalangan apa saja c. Produk tabungan *wadi'ah* bebas biaya administrasi dan antar jemput	a. Strategi yang digunakan dalam kegiatan promosi masih kuarang optimal b. Kurang promosi c. Sarana yag digunakan kurang efektif d. Promosinya tidak tersendiri, promosinyan bersamaan dengan produk

	d. Memiliki SDI yang professional	penghimpunan dana yang lain
OPPORTUNIES (O) a. Kebijakan pemerintah dalam memberikan keleluasan dalam mempromosikan produk perbakan syariah b. Letaknya berada dilokasi yang strategis c. Mayoritas penduduk masyarakat solok yang beragama Islam d. Perekonomian masyarakat yag membaik	**STRATEGI SO** a. Dengan adanya kebijakan, sehingga bisa meningkatkan sistem promosi produk tabungan *wadi'ah* agar bisa bersaing dengan perusahaan lan b. Letak yang strategis ini jangan sampai berpindah ketempat lain c. Masyarakat solok mayoritas beragama Islam tidak ada alasan bagi masyarakat solok untuktidak mampu menabung dengan setoran awal Rp. 10.000,- d. BPRS Solok telah memiliki *good image* yang sangat membantu dengan adanya perekonomian masyarakat solok yang membaik	**STRATEGI (WO)** a. Pemanfaatan acara seperti pameran untuk mempromosikan produk kepada masyarakat b. Keadaan letak yg strategis sehingga bak harus gencar mempromosikan produk yag dimiliki c. Meningkatkan media periklanan d. Memanfaatka perekonomian masyarakat yang membaik dengna meningkatkan jumlah saldo nasabahnya
TREATHS (T)	**STRATEGI ST**	**STRATEGI WT**

a. Perkembagan dan persaingan dunia perbakan yang semakin meningkat b. Produk tabungan*wadi' ah* ada padasemua bank syariah c. Sudah banyaknya produk tabungan d. Adanyapersaingan promosi media online	a. Perkembangan persainga yang semain meningkat baik memanfaatkan keunggulan produk yang dimiliki dan prosedur melayani nasabah lebih cepat b. Produk taungan *wadi'ah* dimiliki oleh semua bank sehingga dalam promosinya juga mencapai semua kalangan masyarakat dan tidak memilih *c.* Melihat dari banyaknya produk tabungan dan lebih memfokuskan tabungan *wadi'ah* d. Melihat BPRS yang memiliki *good image* maka persaingan promosi media online tidak terlalu masalah	a. Meningkatkan strategi promosi untuk menghadapi para pesaing b. Membuat inovasi dalam mempromosikan produk tabungan c. Memberikan pengenalanke pada masyarakat d. Meningkatkan promosi terutama denga media online

Dari matrik SWOT diatas dapat dilihat bahwa faktor kekutan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh bank

BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Solok dan faktor peluang juga lebih besar bila dibandingkan denga faktor ancaman. Oleh karena itu kondisi Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas seharusnya sudah cukup mampu bersaing dengan perusahaan yang lain bergerak dibidang yang sama.

6. Analisis tabel bobot

Tabel 4.7Total Bobot Skor

IFE / **EFE**	**STRENGTHS (S)** Kekuatan	**WEAKNESS(W)** Kelemahan
OPPORTUNIES (O) Peluang	Totak Skor Strategi S- O Nilai peluang+Nilai kekuatan 1,80+1,70=3,50	Total Skor Strategi W- O Nilai peluang+Nilai kelemahan 1,80+1,25=3,05
TREATHS (T) Ancaman	Total Skor Strategi S- T Nilai ancaman+Nilai kekuatan 1,50+1,70=3,20	Total Skor Strategi W- T Nilai ancaman+Nilai kelemahan 1,50+1,25=2,75

Sumber: penelitian yang dilakukan di PT. Bank BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok

Berdasarkan hasil total skor diatas maka dapat dipilihstrategi yang tepat untuk produk tabungan *wadi'ah.* Berdasarkan tabel bobot skor diatas maka tampak skor yang paling tinggi ada pada strategi S-O yakni memperoleh angka yang sebesar 3,50 yang merupakan angka tertinggi dibanding strategi lainnya dimana strategi S-T hanya memiliki bobot sebanyak 3,05 bobot W-O sebesar 3,20 sedangkan bobot untuk strategi W-T hanya sebesar 2,75 saja. Maka dari ini strategi S-O lah yang paling tepat untuk digunakan guna untuk meningkatkan strategi promosi tabungan *wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas.

Adapun strategi- strategi S-O dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada secara lebih maksimal, dari berbagai strategi yang mungkin dapat digunakan untuk meningkatkan strategi promosi tabungan *wadi'ah* pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas yag diantaranya adalah:

a. Dengan adanya kebijakan dari pemerintah dalam memberikan keleluasan dalam mempromosikan produk perbankan sehingga bank pembiayaan rakyat syariah bisa mengeluarka keunggulan tersendiri.

Langkah ini merupakan langkah yang paling efektif sebab memberikan keluasan dalam mempromosikan produk ini merupakan kekuatan yang sangat baik untuk dimanfaatkan demi menangkap peluang berupa mengeluarkan produk- produk unggulan yang dimiliki perbankan.

b. Letak berada lokasi yag strategis

Strategi yang dapat ditempuh harus dapat menguasai semua segmen ke semua masyarakat banik dari kalangan apapun.Produk ini memasarkan dengan cara*personal selling* yaitu dengan tatap muka kepada masyarakat solok dengan menyampaikan keunggulan yang dimiliki.Kemudian dengan tempat yang sudah strategis janga sampa berpindah tempat ke tempat kurang strategis dari sekarang

c. Masyarakat solok yang mayoritas beragama Islam, jadi tidak ada alasan bagi masyarakat Solok untuk tidak mampu menabung dengan pembukaan rekening atau buku tabungan dengan Rp. 10.000,-

Pada dasarnya PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki peluang yang sangat besar karena penduduknya mayoritas agama islam dan pembukaan rekening atau tabunga yang cukup murah dan juga tabungan ini bisa antar jemput agar memudahkan bagi nasabah yang menabung.

d. Memiliki *good image* yang sangat membantu dengan adanya bank perekonomian masyarakat yag membaik

PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas telah memiliki good image, dengan itu mampu untuk menarik minat masyarakat karena perekonomian masyarakat solok yang membaik sehingga sangat memudahkan untuk menarik calon nasabah dengan cara promosi yang dilakukan oleh marketing.

Kepercayaan masyarakat akan sebuah organisasi merupakan faktor yag snagat penting dan dapat mencapai tujuan dan target yag diinginkan. Jadi kepercayan masyarakat akan produk pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang harus ditingkatkan salah satunya yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang rahmah untuk menarik nasabah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang sudah penulis kemukakan pada bab- bab sebelumnya, maka bab ini sebagai penutup dari skripsi, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan tabungan *wadi'ah* memiliki banyak keuntungan namun perkembangan jumlah nasabah produk tabungan ini naik turun dikarenakan promosi yang dilakukan masih kurang optimal
2. Dalam mempromosikan produk tabungan*wadi'ah* PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas sudah memiliki strategi promosi yaitu menggunakan bauran promosi (*promotion mix*)yaitu melalui media periklanan dan penjualan pribadi.Kegiatan promosi *advertising* produk tabungan *wadi'ah* yang dilakukan PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas lebih fokus menggunakan media cetak yang digunakan dalam promosi ini adalah berupa brosur.Kegiatan penjualan pribadi produk tabungan *wadi'ah* yang dilakukan PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas lebih fokus menggunakan lisan yaitu dari mulut kemulut dan masyarakat kemasyarakat dilihat dari mekanisme dan kendalanya.
3. Salah satu hambatan yang dihadapi oleh PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas dalam mempromosikan produknya melalui promosi *advertising* dan *personal selling* adalah banyaknya produk sejenis dari bank

pesaing, perkembagan dan persaingan dunia perbankan yang semakin meningkat, adanya persaingan promosi di media online.

4. Salah satu strategi yang dapat diambil adalah strategi S-O dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada secara lebih maksimal.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan pembahasan tentang strategi *advertising* dan *personal selling* produk tabungan wadi'ah pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk sekiranya untuk bahas pertimbangan dalam melakukan *advertising* dan *personal selling* untuk mana yang akan datang, diantaranya:

1. Agar PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas lebih gencar dan memaksimalkan dalam melakukan promosi *advertisng* dan *personal selling* supay tujuan promosi dapat tercapai.
2. Agar PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas mengadakan sosialisasi yang lebih efektif lagi supaya masyarakat dapat mengenal dan tertarik terhadap produk yang ditawarkan.
3. Agar PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas lebih memperhatikan kelemahan dan hambatan yang dihadapi, memanfaatkan kekuatan dan keunggulan yang dimiliki, dan melihat peluang yang ada sehingga resiko ancaman eksternal maupun internal dapat diminilisirkan

DAFTAR KEPUSTAKAN

Abdullah Bin Muhammad. 2008. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i

Az- Zuhaili Wahbah . 2012. *Tafsir al Wasith*. Jakarta: Gema Insani

Ardana Komang. Wayan Mudiartha Utama, dkk. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Abdurrahman al-jaziri,1969 Al-fiqih' ala Mazahib- araba.

Boyd. 2000. *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Stategis dengan Oriontal Global*. Edisi ke dua, Terjemahan Iman Nurmawan. Jakarta: Erlanga.

Debby Pramana dan Rachma Indrarini, Pembiayaan BPR Syariah dalam Peningkatan Kesejahteraan UMKM: Berdasarkan Maqashid Sharia, Vol. 3, No. 1, Januari- Juni 2017

Depertemen Agma RI, 2007 *Al qur'an dan terjemahanya* Bandung: PT.SYGMA, Exa Media Arkanleema.

Idri. 2015. *Hadis Ekonomi Dalam Presfektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenada Media Group

Kasmir. 2006. *Manajemen Perbankan.* Jakarta: PT Rajagrafindo persada.

Kotler Philip dan Gary Amstroong. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia.* Jakarta: PT. Indeks.

Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama

Mondy wayne. 2008. *Manajemen sumber Daya Manusia*.Jakarta: Erlanga.

Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta:UPP AMP YKPN

Muhammad Rifki. 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah dan Implementasi PSAK Syariah.* Yogyakarta *P3EI Press*

Nasution. 2015. Strategi Publisitas Terhadap Tabungan Haji Arafah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Capem Bukittinggi,Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

Nawawi Hadari . 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta :Grasindo.

Noor Juliansyah. 2011. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Prenadamedia Group

Permatasari.2015. Strategi Promosi *Personal Selling* Produk Tabungan Mandiri Sejahtera pada BMT Kube Sejahtera Unit-049 Gadut,Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

Pratama Yudhi. 2014. *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung : Alfabeta

Prima Sari Widia. 2015.. *Strategi promosi Advertising Produk Tabungan Mudarabah iB Taspenas Hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Bukittinggi.* Tugas Akhir Pada DIII Perbankan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

PSAK Syariah. 2008. Yogyakarta: P3EI Press

Rangkuti Freddy. 1997. *Analisis SWOT: Teknik Membedah kasus bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sayyid Sabiq, 1987,*Fighus Sunnah*, Beirut: darul-kitab al-arabi.

Siagian P Sondang . 2004. *Manajemen Stratejik*.Jakarta : PT. Bumi Aksara

Sudarsono. 1994. *Kamus Ekonomi Uang dan Bank. Jakarta*: Rineka Cipta

Suhendi Hendi. 2002. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Sumintro Warkum. 1996. *Asas- Asas Perbankan Islam dan Lembaga- lembaga Terkait BMUI& Takaful.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Surakhmadi. *Metode Penelitian Survey*. 1999. Jakarta: Akeka

Susanto Hery. 2013. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia

Swasta Basu dan Irawan,2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Tanzeh Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras

Zulkifli Sunarto. 2003. *Panduan Transaksi Perbankan Syariah*, Jakarta: Zikrul Hakim.

Wahjono Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasara Bank.* Yogyakarta: Graha

Ilmu.

Wawancara dengan Kabid Operasional PT BPRS Barakah Nawaitul iklas, dengan Ibu Sari Kumar, A.Md

Wawancara dengan Pimpina PT BPRS Barakah Nawaitul iklas, dengan Bapak Abdur Rahman, SP

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab.Agam - Sumatera Barat - Telepon / Fax : (0752) 22875
Website : www.febi.iainbukittinggi.ac.id | e-mail : febi@iainbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1641/In.26.3/PP.07/06/2018 29 Juni 2018

Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth.Pimpinan PT. BPR Barakah Nawaitul Iklhas
Kota Solok

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan Proposal Skripsi bagi mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan penelitian kepada saudara :

Nama	:	**RISKA YURNI**
NIM	:	**3314.378**
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Lokasi Penelitian	:	BPRS Barakah Nawaitul Iklhas Kota Solok
Judul Skripsi	:	***Analisis Strategi Promosi Tabuangan Wadi'ah pada PT.BPRS Barakah Iklhas di Kota Solok***
Waktu	:	01 Juli 2018 S/d 31 Juli 2018

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas bantuan yang bapak/ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Dekan

Dr. H. Harfandi, SE., M.Si
NIP. 19621110 199903 1 001

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH

BARAKAH NAWAITUL IKHLAS

Jl. Datuak Parpatih Nan Sabatang, Aro IV Korong No. 807 Telp. (0755) 325421 Fax. 324226

iB Islamic Bank

"Melayani Ummat Dengan Syariah"

Nomor : 61/BPRS/BRKH/VII/2018 Solok, 17 Juli 2018

Lampiran : -

Kepada Yth.
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Insitut Agama IslamNegeri Bukittinggi
Jl.Gurun Aur Kubang Putih Kab Agam

Up : Yth Bapak H. Harfandi, SE, M.Si

Reff : Surat Kementrian Agama Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Fakultas FEBI No.B-1641/In.26.3/PP.00.7/06/2018, Perihal Permohonan Izin Penelitian

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh jajaran Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berada dalam keadaan sehat wal'afiat serta selalu mendapat rahmat dan karunia dari Allah SWT.

Terkait perihal diatas kami menyampaikan bahwa PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas Kota Solok dapat dengan data sebagai berikut :

Nama/NIM	: Riska Yurni / 3314.378
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syariah
Alamat	: Jalan Gurun Aur Kubang Putih Kab. Agam - Sumatera Barat

Telah Selesai melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Strategi Promosi Tabungan Wadiah pada PT. BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok.** Yang dimulai pada 01 Juli s.d 31 Juli 2018 di Bank Pembiayan Rakyat Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas.

Demikian kami sampaikan agar dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Barakah Nawaitul Ikhlas.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas

Sari Kumar, A.Md
Kabid Operasional

SURAT KEPUTUSAN REKTOR INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BUKITTINGGI
Nomor : 107.47/In.26/PP.00.9/04/2018

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

REKTOR IAIN BUKITTINGGI

Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi an. **Riska Yurni** NIM. **3314.378** tanggal 04 April 2018, Perihal Permohonan Pengesahan Judul dan Penunjukkan Pembimbing Skripsi.

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan skripsi mahasiswa IAIN Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama-nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II.

Mengingat :
1 Undang-undang No.20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2 Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;
3 Keputusan Presiden Nomor 181 Tahun 2014, tentang Perubahan STAIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi menjadi IAIN Bukittinggi.
4 Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan dan Pemberhentian Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilingkungan Departemen Agama.
5 Keputusan Menteri Agama RI No.12 Tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Bukittinggi

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **"Analisis Strategi Promosi Tabungan Wadi'ah pada PT BPRS Barakah Nawaitul Ikhlas di Kota Solok"**

Kedua : Menunjuk saudara-saudara :

A
Nama	:	**Yuwarman Mansur, SE, MM**
NIP	:	19620311 199303 1002
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor
Bidang Keahlian Pokok	:	Manajemen
Memberi Mata Kuliah	:	Ekonomi Pembangunan
Untuk Tugas	:	Pembimbing I

B
Nama	:	**Zuwardi, SEI, MA**
NIDN	:	19840723 201503 1003
Pangkat/Gol.Ruang	:	Penata Muda Tk.I /(III/b) / Cados
Bidang Keahlian Pokok	:	Ekonomi Islam
Memberi Mata Kuliah	:	BLKS
Untuk Tugas	:	Pembimbing II

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 05 April 2018
Rektor,

RIDHA AHIDA

Tembusan :
1. Masing-masing Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama **:RISKA YURNI**

NIM :3314.378

Tempat/Tgl. Lahir : Paladangan/12 Januari 1996

Agama : Islam

Jumlah Saudara : 4 Orang

Anak Ke- : 2 (Empat)

Alamat: Jorong Balai Satu, Nagari Malalak Selatan, Kec. Malalak Kab. Agam

NAMA ORANG TUA

Ayah : **Nasrul**

Ibu : **Zaimi**

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. **2002-2008 :** Sekolah Dasar Negeri (SDN) 09 Paladangan
2. **2008-2011 :** Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Malalak
3. **2011-2014 :** Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Padang Sago
4. **2014-2018 :** Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Sumatera Barat.