

**STRATEGI *MARKETING OFFICER* DALAM PENINGKATAN SUMBER  
DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG  
RAMBIPUJI TAHUN 2020 s/d 2021**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjanah Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
Pembimbing  
**Dr. Nur Ika Mauliyah SE., M. Ak.**  
**NIP. 198803012018012001**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DESEMBER 2022**

**STRATEGI *MARKETING OFFICER* DALAM PENINGKATAN SUMBER  
DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG  
RAMBIPUJI TAHUN 2020 s/d 2021**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjanah Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

**Oky Andrianto**  
**NIM : E20161116**

Disetujui Pembimbing



**Dr. Nur Ika Mauliyah SE., M. Ak.**  
**NIP. 198803012018012001**

**STRATEGI *MARKETING OFFICER* DALAM PENINGKATAN SUMBER  
DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG  
RAMBIPUJI TAHUN 2020 s/d 2021**

**SKRIPSI**

telah di uji dan diterima untuk  
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Hari : Kamis

Tanggal : 29 Desember 2022



Tim Penguji

Ketua

Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I  
NIP. 19730830 199903 1 002

Sekretaris


Nur Alifah Fajariyah, S.E., M.SA  
NUP. 201603133

**Anggota :**

1. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I

(  )

2. Dr. Nur Ika Mauliyah SE., M. Ak.

(  )

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

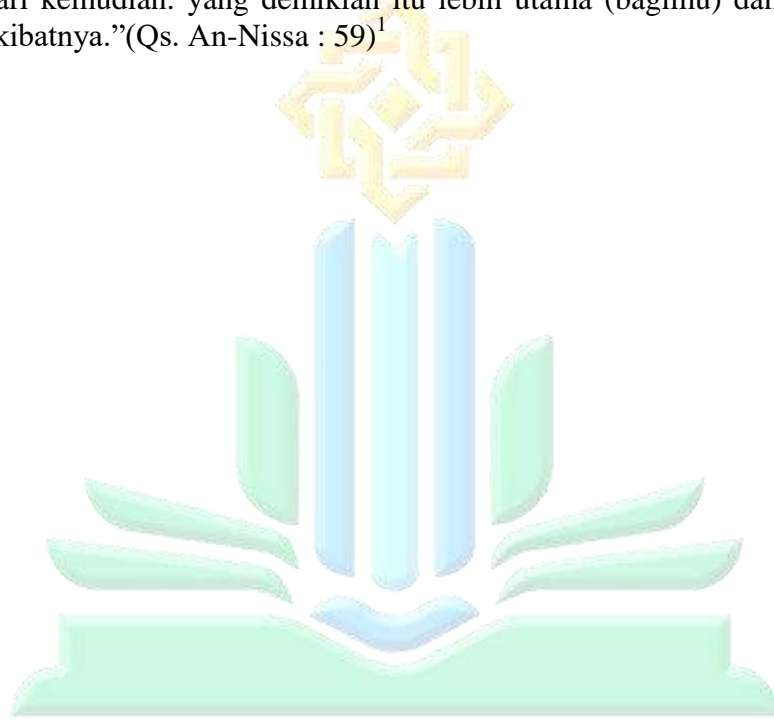


  
Dr. Khamdan Rifa'i S.E., M.Si.  
NIP. 196808072000031001

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ  
إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٥٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”(Qs. An-Nissa : 59)<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya (Surabaya : CV Pustaka Agung Harapan 2006),77.

## PERSEMBAHAN

Sujud syukur aku persembahkan kepada-Mu Tuhan Yang Maha Agung, Maha Adil, dan Maha Penyangga. Atas takdir-Mu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berfikir, berilmu, beriman, dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada :

1. Kedua orang tua saya Ayahanda Subejan dan Ibunda Junaidah yang paling berjasa dalam hidup saya, menjadi motivator dan sumber inspirasi dalam setiap langkah saya serta senantiasa mendoakan kesuksesan untuk saya.
2. Saudara kakak kandungku Agung Irfani dan sepupu tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan amanah, serta selalu mendukung segala hal terutama dalam penyelesaian study di perguruan tinggi.
3. Guru-guru mulai dari saya kecil hingga sekarang tanpa terkecuali yang telah ikhlas dan sabar memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada saya.
4. Sahabat saya Rizqi Ramadhan yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu ada disaat suka dan duka. Terima kasih sudah support satu sama lain.
5. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menjadi harapan dan pengikat pengetahuan serta akhlakku.
6. Dan tidak lupa terimakasih kepada diri penulis sendiri karena sudah mampu berjuang dan menyelesaikan semua ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi 'alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas kasih sayang dan pertolongan-Nya sehingga pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini yang berjudul **“STRATEGI *MARKETING OFFICER* DALAM PENINGKATAN SUMBER DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI TAHUN 2020 s/d 2021”** dapat terselesaikan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat-Nya menuju jalan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Semoga kita semua termasuk golongan orang-orang yang mendapat syafaat beliau, Amin.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini. Namun penulis menyadari bahwa penulisan ini belum sempurna, akan tetapi penulis sudah berusaha semaksimal mungkin merefleksikan pemikiran agar mendekati sempurna. Terselesaikan penyusunan skripsi ini adalah berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu izinkanlah penulis menghanturkan banyak terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. Selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I., M.E.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.vii

4. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. Selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
5. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag., M.M Selaku Dosen Penasihat Akademik. Terimakasih yang sudah memberi semangat dan selalu memotivasi untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
6. Ibu Dr. Nur Ika Mauliyah SE., M. Ak. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih untuk kesabaran, ketelatenan, keikhlasan waktu yang diberikan kepada saya, ilmu yang bermanfaat serta bimbingannya selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Tim penguji skripsi yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada saya sehingga skripsi ini lebih baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember yang telah banyak memberikan ilmu, mendidik serta membimbing selama penulis menempuh pendidikan di almamater tercinta.
9. Bapak Yudi Catur Suroso selaku Kepala Pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji. Terimakasih yang telah memberikan ijin kepada penulis dalam melaksanakan penelitian skripsi.

Mudah-mudahan segala bantuan yang diberikan akan mendapat balasan pahala dari Allah SWT.

Jember 15 Desember 2022  
Penulis

Okky Andrianto  
Nim E20161116

## ABSTRAK

**Okny Andrianto, Nur Ika Mauliyah SE., M. Ak. 2022 : “Strategi Marketing Officer Dalam Pengkatan Sumber Dana di PT BPR Anugerhdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji”**

PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mempunyai strategi dalam mempromosikan suatu (produk) kepada masyarakat untuk mempertinggi sumber dana pada bagian *Marketing Officer* (MO) menerapkan strategi memperhatikan produk, harga, promosi, dan tempat yang dikenal dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) strategi pemasaran memberikan panduan mengenai segmentasi pasar, identifikasi target pasar, *positioning*. prosedur yang dijalankan oleh *Marketing Officer* (MO) untuk meningkatkan sumber dana nasabah yang terkumpul dari masyarakat menggunakan juga menggunakan strategi jemput bola.

Focus masalah dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana upaya Marketing Officer (MO) dalam strategi pemasaran untuk mencapai sumber dana yang optimal di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember? (2) bagaimana dampak strategi pemasaran dalam peningkatan sumber dana di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember yang dilakukan oleh Marketing Officer (MO)?.

Pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah. Dalam pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dengan cara menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif peneliti ingin langsung mengetahui dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya. Dengan memberikan penjabaran dan mendeskripsikan langsung.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : (1) Strategi yang dilakukan oleh Marketing Officer adalah dengan cara menebar brosur, ketok tular dan jemput bola memberikan peningkatan terhadap setiap tahunnya dan memberikan dampak pada tahun ini. (2) Hasil dari penelitian rata-rata adalah sebanyak 1.333. perbulannya diantaranya nasabah lama dan nasabah baru dengan pendapatan menacapai sebesar Rp, 8.409.061.898 maka sangat memiliki dampak kepada perusahaan.

**Kata Kunci: Strategi Marketing Officer, Sumber Dana**



## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	16
B. Kajian Teori .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	50
B. Lokasi Penelitian .....	51
C. Subjek Penelitian.....	51

D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
E. Analisis Data.....	55
F. Keabsahan Data.....	57
G. Tahap-tahap Penelitian.....	58

#### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	63
B. Penyajian data dan analisis .....	75
C. PEMBAHASAN TEMUAN.....	101

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	122
B. Saran- saran.....	123

#### **DAFTAR PUSTAKA .....124**

#### **Lampiran-Lampiran**

- 1. Keaslian Tulisan**
- 2. Matrik Penelitian**
- 3. Pedoman**
- 4. Surat Izin Penelitian**
- 5. Surat Selesai Penelitian**
- 6. Jurnal Penelitian**
- 7. Dokumentasi**
- 8. Biodata Penulis**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil skoring mengenai efektifitas BPR di Kabupaten Jember .....	3
Table 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 4.1 Struktur organisasi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.....	71
Tabel 4.2 Produk <i>Marketing Officer</i> di PT BPR ADY Cabang Rambipuji Jember.....	85
Tabel 4.3 Strategi <i>Marketing Officer</i> dan promosi yang dilakukan di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.....	93
Tabel 4.4 Daftar Pendapatan Tabungan Umum dan TADYRA di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021 .....	97
Tabel 4.5 Daftar Pendapatan DEPOSITO di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021 .....	99
Tabel 4.6 Produk <i>Marketing Officer</i> di PT BPR ADY Cabang Rambipuji Jember.....	108
Tabel 4.7 Strategi <i>Marketing Officer</i> dan promosi yang dilakukan di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.....	113
Tabel 4.8 Daftar Pendapatan Tabungan Umum dan TADYRA di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021 .....	116
Tabel 4.9 Daftar Pendapatan DEPOSITO di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021 .....	118

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Logo PT Balnk Perkreditaln Ralkyalt AlnugeralhdhalrmaYuwalnal  
Calbalng Ralmbipuji Jember .....68



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perekonomian pada global ketika ini lebih banyak didominasi kinerja dan membutuhkan jasa-jasa Perbankan mengedepankan diberbagai sektor yang berhubungan dengan keuangan, dengan berkembangnya waktu maka jasa-jasa Bank akan berkembang dengan meningkatnya kebutuhan para masyarakat, tidak dipungkiri zaman sekarang dan masa yang akan berlangsung tidak lepas dari kinerja Perbankan. Juga usaha bisnis suatu negara dan ekonomi sangatlah dipengaruhi adanya Perbankan dan mendominasi di kehidupan manusia untuk memajukan suatu negara.<sup>1</sup>

Menurut Kasmir, bagi negara Bank adalah urat nadi bagi perekonomian negara. Oleh karena itu peranan sektor Perbankan sangat mempengaruhi kegiatan suatu negara dan dapat pula dijadikan sebagai tolak ukur kemajuan negara. Semakin maju suatu negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan perbankan semakin dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakat.<sup>2</sup>

Bank mempunyai dua macam yaitu Bank Umum serta Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Bank Umum melakukan aktifitas usahanya secara konvensional dan atau sesuai prinsip syari'ah tetapi menggunakan jasa lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank BPR melakukan aktifitas usahanya

---

1 Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan – Edisi Revisi 2014* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2015),3-4.

2 Dwi astuti JS, *Pengaruh profitabilitas, risiko kredit dan tingkat suku bunga SBI terhadap rasio kecukupan modal pada BPR se- kabupaten JEMBER* (SKRIPSI UNEJ 2010-2013),1-2.

dengan pola konvensional dan sesuai prinsip syari'ah, tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran. Kinerja BPR mengumpulkan dana berdasarkan dari masyarakat dalam bentuk simpanan yaitu deposito berjangka, tabungan dan produk-produk yang dipersamakan dengan aktifitas itu.<sup>3</sup>

Galat satu komponen juga termasuk krusial pada pertumbuhan di sektor mikro, kecil, serta menengah (UMKM) bagian dari satunya adalah Bank BPR. ketetapan kinerja Bank BPR yang mengandalkan kemudahan serta kecepatan akan tetapi berdasarkan pada prinsip kehati-hatian (*prudential banking*) yang berakibat Bank BPR mempunyai upaya menarik lebih bagi para nasabah para penggunanya.<sup>4</sup>

Bank BPR merupakan bagian lembaga perbankan dapat memiliki fungsi yang cukup penting untuk memberikan perekonomian di Jember meningkat. Dapat dilihat dari keefektifan yang dilakukan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Qomaruzzaman, edi dan hadi 2015) yang berlokasi di sasaran kerja Bank Indonesia (BI) Jember, dengan adanya Bank BPR yang ada di Jember adalah 29.<sup>5</sup>

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

3 Rara Riezka Hidayah Doni Marlius, Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Batang Kapas Pesisir Selatan(Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang2018), 2-3.

4 Lailatul Mukarromah Ida Bagus Badjra, *Pengaruh Pertumbuhan Tabungan, Deposito, Dan Kredit Terhadap Pertumbuhan Profitabilitas Pt Bpr Partakencana Tohpati Denpasar* (FEBI UNIVERSITAS UDAYANA 2011-2013),2-3.

5 Qomarrotuszzaman Ratu Edi Bagus, Syamsul Hadi. *Efektifitas Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kerakyatan Di Daerah Pedesaan*,(JURNAL RELASI STIE MANDALA JEMBER 2015, STIE Mandala Jember),14-16.

**Tabel 1.1**  
**Hasil skoring mengenai efektifitas BPR di Kabupaten Jember**

No	Nama PT / KBPR	Kecamatan	Total Scor	Keterangan
1	Sinar Artha Wuluhan	Wuluhan	6	Kurang Efektif
2	Bimi Hayu	Ambulu	8	Cukup Efektif
3	Ambulu Dana Artha	Rambipuji	8	Cukup Efektif
4	Delta Jember	Ambulu	13	Cukup Efektif
5	Bumi Hayu Pratama	Balung	10	Cukup Efektif
6	Rambi Artha Putra	Rambipuji	9	Cukup Efektif
7	Astha Asri Mulya	Mayang	7	Cukup Efektif
8	Sukowono Artha Jaya	Sukowono	12	Cukup Efektif
9	Surya Kencana	Sukowono	12	Cukup Efektif
10	Artha Tunas Mukti	Sukowono	12	Cukup Efektif
11	Eka Usaha	Sukowono	12	Cukup Efektif
Rata-rata Efektif			9.18	Cukup

Dari segi situasi Bank BPR yang memiliki nilai skor tinggi terdapat beberapa *factor* yang mempengaruhi seperti strategi jemput bola dan tabungan wajib.

Dari tabel diatas memberikan petunjuk bahwa PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji tergolong cukup efektif, berdasarkan observasi lapangan terdapat beberapa *factor* yang mempengaruhi keberhasilan yaitu strategi jemput bola serta tabungan wajib.<sup>6</sup>

PT BPR ADY adalah BPR hasil penggabungan tiga BPR yang ada di Kabupaten Jember yaitu BPR Delta Ambulu yang berdiri pada tanggal 21 September 2001 yang beralamat di Jalan Suyitman No.89 Ambulu Jember,

<sup>6</sup> Qomarrotuszzaman Ratu Edi Bagus, Syamsul Hadi. *Efektifitas Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kerakyatan Di Daerah Pedesaan*, (JURNAL RELASI STIE MANDALA JEMBER 2015, STIE Mandala Jember), 14-16.

kemudian BPR Puji Raharja Rambipuji yang berdiri pada tanggal 14 Oktober 1996 yang beralamatkan di Stan Ruko Pasar Rambipuji No. 9–11 Jember, kedalam BPR Arta Tunas Mukti di Tanggul yang berdiri pada tanggal 21 Oktober 1996 yang beralamatkan di Jalan PB. Sudirman No.106 Tanggul – Jember. Sejak penggabungan ketiga BPR tersebut, BPR berganti nama menjadi Bank Perkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember.<sup>7</sup>

Bank BPR mempunyai tugas yaitu mengumpulkan dana dari nasabah dalam jangkauan dalam bentuk simpanan, meyalurkan kredit serta terdapat pembiayaan dana sesuai ketentuan Bank Indonesia serta dananya disimpan dijadikan bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI).

Menurut Kasmir sumber dana bank atau dari mana bank mendapatkan dana untuk keperluan operasinya dibedakan menjadi 3 sumber yaitu dana yang berasal dari Bank Itu Sendiri, Pinjaman Dari Bank Lain dan Masyarakat, Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat.<sup>8</sup>

Menurut Hutama dan Subagio pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dimulai dengan proses memperoleh, mengkomunikasikan menyampaikan transaksi nilai kepada konsumen, pelanggan mitra dan masyarakat luas. Dari sudut pandang diatas bahwa strategi pemasaran memberikan arahan mengenai Segmentasi Pasar, Identifikasi Target Pasar,

---

<sup>7</sup>Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji Jember.

<sup>8</sup> Asrin Tandi. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat DiSulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.



*Positioning* dan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) termasuk Produk, Harga, Promosi, Lokasi.<sup>9</sup>

PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mempunyai strategi dalam mempromosikan suatu (produk) kepada masyarakat untuk mempertinggi sumber dana pada bagian *Marketing Officer* (MO) menerapkan strategi memperhatikan produk, harga, promosi, dan tempat yang dikenal dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) strategi pemasaran memberikan panduan mengenai segmentasi pasar, identifikasi target pasar, *positioning*. prosedur yang dijalankan oleh *Marketing Officer* (MO) untuk meningkatkan sumber dana nasabah yang terkumpul dari masyarakat menggunakan juga menggunakan strategi jemput bola.

*Marketing Officer* (MO) di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji juga mengoperasikan produk Tabungan, TADYRA (Tabungan Hari Raya), dan Deposito Berjangka juga menunjang di pertumbuhan ekonomi, fungsi modal sebagai modal dan investasi. Hasil dari sumber dana tersebut akan diinvestasikan kepada masyarakat dalam bentuk kredit, sehingga tingkat tabungan sangat mempengaruhi tingkat penyaluran kredit masyarakat. Artinya semakin besar jumlah Tabungan dan Deposito Berjangka maka yang dihimpun *Marketing Officer* (MO) dari masyarakat maka semakin banyak alokasi kredit yang sesuai dengan fungsi dan kegiatannya, semakin tinggi pengelolaan pelayanan untuk PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang

---

<sup>9</sup> T prasetyo hadi atmoko *Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan di cavinton hotel Yogyakarta* (akademi pariwisata Yogyakarta 2018),85.

terpenting merupakan bagaimana mengelola kegiatan menghimpun sumber dana.<sup>10</sup>

Menurut Kasmir sumber dana bank atau dari mana bank mendapatkan dana untuk keperluan operasinya dibedakan menjadi 3 sumber yaitu dana yang berasal dari bank itu sendiri, pinjaman dari bank lain dan masyarakat, Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat<sup>11</sup>.

Strategi menghimpun sumber dana masyarakat ini dapat dilakukan dengan menawarkan produk-produk yang ada di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang dilaksanakan oleh *Marketing Officer* (MO) seperti tabungan umum, tabungan TADYRA dan deposito berjangka bagi masyarakat tabungan umum, tabungan TADYRA merupakan produk yang paling banyak di minati di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji untuk produk- produk buat di tawarkan dan karena produk- produk ini *Marketing Officer* (MO) memberikan layanan penarikan melalui strategi jembut bola dan apabila nasabah melakukan penarikan tabungan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan kesepakatan bersama.<sup>12</sup>

Secara garis besar dapat dilihat bahwa *Marketing Officer* (MO) di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji memiliki banyak strategi yang ada

---

10 Yudi Catur Suroso Wawancara,30 agustus 2019

11 Asrin Tandi. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat DiSulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

12 Rara Riezka Hidayati, Doni Marlius, *Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) tang Kapas Pesisir Selatan*.2010),3.

bahwa peningkatan sumber dana bank BPR dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu dari strategi yang digunakan oleh pihak Bank seperti, strategi bauran pemasaran dan strategi jemput bola. Hal ini menunjukkan pentingnya *Marketing Officer* (MO) pada lembaga keuangan di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dalam meningkatkan sumber dana, maka peneliti ingin meneliti lebih jauh tentang “**STRATEGI *MARKETING OFFICER* DALAM PENINGKATAN SUMBER DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI TAHUN 2020-2021**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Perumusan permasalahan di penelitian kuantitatif dapat diartikan dengan istilah fokus penelitian. Bagian dari ini mencantumkan kumpulan fokus berdasarkan dari permasalahan dan akan menemukan jawabannya dari penelitian. Rumusan masalah sesuai disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional, yang disesuaikan di bentuk kalimat tanya.<sup>13</sup>

1. Bagaimana upaya *Marketing Officer* (MO) dalam strategi pemasaran untuk mencapai sumber dana yang optimal di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember?
2. Bagaimana dampak strategi pemasaran dalam peningkatan sumber dana di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember yang dilakukan oleh *Marketing Officer* (MO)?

---

<sup>13</sup>Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2016),37.

### C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian berdasarkan tujuan yang terstruktur dari penelitian tersebut akan dijalankan. Berdasarkan latar belakang serta Fokus masalah yang telah dijelaskan diatas, dari uraian permasalahan yang dikaji di penelitian ini digunakan untuk:

1. Dapat mengetahui bagaimana strategi *Marketing Officer* untuk meningkatkan sumber dana nasabah di PT. Anugerahdharmayuwana Jember Cabang Rambipuji.
2. Dapat mengetahui dampak peningkatan sumber dana yang dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT. Anugerahdharmayuwana Jember Cabang Rambipuji.

### D. Manfaat Penelitian

Menggunakan stuktur cara penelitian ini diperlukan bisa menyampaikan beberapa kemanfaatan, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Secara teoritis, penelitian harusnya mampu memberikan wawasan ilmu pengetahuan di bidang perbankan khususnya mengenai Pengaruh *Marketing Officer* Dalam Peningkatan Sumber Dana Nasabah Di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.
  - b. Akhir dari penelitian ini bisa untuk sebagai referensi dan memberikan sumbangan pengetahuan untuk penelitian yang sama juga dapat jadi rujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi dan

khususnya dibidang perbankan, dalam rangka Strategi *Marketing Officer* Dalam Peningkatan Sumber Dana Nasabah.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Peneliti

- 1) Bisa memperbanyak wawasan, dipengetahuan dan pengalaman kedalam bidang sesungguhnya juga sebagai aplikasi ilmu yang telah didapat peneliti selama perkuliahan.
- 2) Juga dapat memaksimalkan perkembangan keilmuan yang telah didapat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta diharapkan mampu memberikan pengetahuan baru tentang ilmu ekonomi islam terutama di perbankan.

### b. Bagi Lembaga IAIN Jember

- 1) Sebagai sumber informasi dikemudian hari bagi mereka yang mengadakan penelitian dan sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sejauh mana kurikulum yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang terampil dibidangnya.
- 2) Dapat digunakan untuk menambah dan memberikan informasi serta tambahan refrensi jika kemungkinan ada penelitian lebih lanjut.

### c. Bagi Instansi/PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI

- 1) Adapun dengan penelitian ini, dapat menjadi rumusan acuan dalam upaya Strategi *Marketing Officer* Dalam Peningkatan Sumber Dana Nasabah.

2) Adapun dengan penelitian ini, membantu sebagai rumusan pertimbangan dalam mengambil kebijakan serta keputusan terutama yang berhubungan dengan Strategi *Marketing Officer* Dalam dampak Peningkatan Sumber Dana Nasabah.

d. Bagi ilmu pengetahuan

1) Penelitian ini bagi akademis bisa mampu memberi pengembangan ilmu ekonomi terutama dibidang kajian ilmu perbankan intinya melalui penerapan dan aplikasi rumusan-rumusan khususnya tentang penjelasan tertentu.

## E. Definisi Istilah

Definisi istilah yaitu adanya tentang kata-kata penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Hasilnya biar tidak jadi merusak makna kata-kata yang difahami oleh peneliti.

### 1. Strategi

Manajemen perusahaan sesuai dengan lingkungan yang dipilih dan merupakan teori untuk mengalokasikan sumber daya dan upaya artian dari kata strategi. dapat dipahami bahwa strategi ini adalah aturan permainan yang akan dikerjakan oleh sebuah perseorangan kelompok ataupun perusahaan, rencananya salah atau detail data yang akan dikerakan dizaman yang akan tiba.

Strategi dipahami sebagai rencana orientasi utama digunakan berinteraksi di lingkungan yang strategis untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi adalah rencana yang akan dilakukan oleh sebuah perseorangan

kelompok ataupun perusahaan. Sebuah rencana secara akurat dan rinci menggambarkan semua sumber data yang akan digunakan dimasa depan (termasuk orang, keuangan, dan bahan baku), tetapi rencana menyediakan kerangka kerja untuk keputusan. strategi mencerminkan persepsi bisnis tentang bagaimana, kapan dan dimana perusahaan bersaing, dengan siapa perusahaan bersaing, dan untuk tujuan apa suatu perusahaan bersaing.<sup>14</sup>

## 2. *Marketing officer*

*Marketing officer* didefinisikan cara pekerja yang dilakukan secara perseorangan serta kumpulan guna untuk menghasilkan tujuan yang mereka inginkan serta bagian yang dibutuhkan untuk menciptakan, menyediakan dan mempertukarkan produk serta jasa yang bernilai bagi nasabah,

Konsep dari pemasaran memiliki tiga bagian kebutuhan, keinginan dan permintaan dalam dunia perbankan. ada nasabah yang membutuhkan uang untuk melakukan pekerjaan usaha yang mereka jalankan dan memiliki keinginan dan kebutuhan untuk membeli kebutuhan primer dan sekunder dan menjadi kebutuhan.<sup>15</sup>

## 3. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR)

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) dapat diartikan sebagai bank yang menjalankan prosedur usaha secara konvensional ataupun syari'ah. Di kegiatannya, BPR tidak menjalankan jasa dalam lalulintas pembayaran. Ini berarti bahwa produk-produk perbankan disediakan oleh BPR lebih minim

<sup>14</sup>Fred R David Forrest R David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15* (Jakarta: salemba empat 2015),11.

<sup>15</sup>Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),5.

jika dipersamakan sama bank umum produk disediakan oleh bank BPR lebih sedikit dari bank umum seperti pembukuan dan rekening giro dan kliring dan produk ini tidak boleh diselenggarakan di bank BPR

Bank pengkreditan rakyat adalah Bank yang khusus melayani nasabah dipedasaan, asal usul Bank ini dari Bank Desa bisa disebut Bank pasar atau lumbung desa dan juga bank pegawai yang kemudian menjadi bank pengkreditan rakyat.<sup>16</sup>

#### 4. Sumber Dana Bank

Sumber Dana Bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya. sesuai dengan fungsi Bank sebagai Lembaga Keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah bergerak dibidang keuangan. Untuk mendukung kegiatan perbankan sebagai penjual uang (memberikan pinjaman) Bank lebih dulu harus membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari sesilih tersebut bank memperoleh keuntungan, Dana untuk membiayai operasi suatu Bank, dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana tersebut tergantung dari Bank ituu sendiri secara pinaman (titipan) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya, dan juga untuk membiayai operasinya dana dapat pula didapatkan melalui dari modal sendiri, seperti dana dari pemilik bank atau juga bisa menjual saham baru kepada pemilik baru, ada sumber-sumber dana Bank yaitu:

---

<sup>16</sup>kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014* (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2016),6.



a. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri

Sumber dana ini bagian dari modal bank itu sendiri modal ini berasal dari para pemegang saham atau modal setoran, cadangan cadangan bank, atau laba bank yang belum dibagi.

b. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan dana yang terpenting dari kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai dari sumber dana ini, sumber dana ini berasal dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito.

c. Dana yang bersumber dari Lembaga lainnya

Sumber dana ini merupakan sumber dana tambahan jika bank mengalami kesulitan mencari sumber dana pertama dan kedua dan untuk mendapatkan sumber dana ini lebih sulit dan digunakan untuk membiayai transaksi tertentu karena *relative* mahal dalam pencairan sumber dana ini, Adapun dapat diperoleh dari sumber:

- 1) Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia
- 2) Pinjaman antar Bank (*call money*)
- 3) Pinjaman dari Bank Luar Negeri
- 4) Surat Berharga Pasar Uang (SPBU)<sup>17</sup>

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa istilah bahwa strategi adalah sebuah rangkaian untuk membangun perusahaan untuk menjadi lebih efektif

---

<sup>17</sup>kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014* (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2016),58-59.

dengan mempertimbangkan tujuan, langkah kerja, dan melihat para pesaing yang menjadi ancaman.

Berdasarkan pendapat Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat.<sup>18</sup> Jadi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji melakukan tugas selayaknya sebagai mestinya memasarkan produk – produk yang ada seperti Tabungan Umum, Tadyra dan Deposito Berjangka dengan adanya pula strategi Jemput Bola.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Bentuk proposal ini, ada sistematika pembahasan kumpulan deskripsi alur penjelasan skripsi diawali dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Untuk memudahkan mempelajari teori ini, maka peneliti disini menjabarkan bab-bab supaya dapat mudah, dicerna untuk bagian ini. srtuktur penulisan sistematika penjelasan merupakan bagian bentuk gambaran naratif, bukan seperti daftar isi.<sup>19</sup> Adapun sistematika ini dibuat menjadi 5 bab yaitu:

**Bab I : Pendahuluan** Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan/ fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan berisikan sistematika pembahasan.

---

18 Sri Tand. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

19 Ibid., 48.

**Bab II : Kajian Kepustakaan** Bab ini menjelaskan tentang penelitian tempo dulu yang dibuat untuk peranan sumber informasi berdasarkan penelitian terdahulu dan berisi tentang kajian teori.

**Bab III : Metode Penelitian** Bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.

**Bab IV : Penyajian Data dan Analisis** Menjelaskan dan memaparkan tentang deskripsi objek penelitian, menyajikan data dan analisis juga pembahasan temuan hasil penelitian.

**Bab V : Penutup atau Kesimpulan dan Saran** Bab ini tentang intisari atau kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan kesimpulan itulah penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam Strategi Marketing Officer Dalam Peningkatan Sumber Dana Di Pt. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 s/d 2021.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada struktur ini peneliti memberikan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dikerjakan, lalu membikin ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan dan beberapa penelitian terdahulu diantaranya sebagai berikut.<sup>20</sup>

1. Affan ghaffar Dosen FAKULTAS UNIKA SANTO THOMAS MEDAN 2021, yang berjudul strategi pemasaran tabungan hari raya (TAHARA) di BPR Majalengka Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu penelitian ini membahas untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa yang meliputi produk, harga, tempat dan promosi, proses orang dan bukti fisik pelanggan dari kriteria tersebut penelitian ini menggunakan uji F dan uji T dari hasil uji F tersebut memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dari uji T yang memiliki pengaruh yang parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.<sup>21</sup>

Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif berbeda dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi

---

<sup>20</sup>Tim Penyusun IAIN Jember, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 45.

<sup>21</sup> Affan ghaffar *Strategi Pemasaran Tabungan Hari Raya (TAHARA) di BPR Majalengka*, (Dosen FAKULTAS UNIKA SANTO THOMAS MEDAN 2021),12.

*Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah DI PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola.

2. Skripsi dari Awanda anjayani, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KYAI HAI SAIFUDDIN ZUHRI PURWEKERTO 2021 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung Di KSPPS Hanada Quwais Sanada KC. Purwokerto Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu analisis strategi pemasaran melalui layanan jemput bola merupakan strategi pemasaran yang efektif, strategi yang memudahkan nasabah, system simple atau sederhana, tidak memaksa nasabah untuk menabung dan membahas tentang motivasi nasabah dalam memikat supaya tertarik perlunya bank memenuhi kebutuhannya nasabah dengan kebutuhan rasa aman, fisiologis dan kebutuhan cinta saling memiliki-dimiliki.<sup>22</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sama halnya penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam

---

<sup>22</sup>Awanda anjayani, *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung Di KSPPS Hanada Quwais Sanada KC. Purwokerto.* (UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KYAI HAI SAIFUDDIN ZUHRI PURWEKERTO 2021),4.

peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

3. Skripsi dari Desy Amalia di Institute Agama Islam Negeri Palangka Raya tahun 2020 yang berjudul “Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Mudharabah Dibatul Maal Wa Tamwil Daarussalam Kuala Pembuang” Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) dan Teknik analisis ini menggunakan korelasi *pearson product* dan regresi linier berganda dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu korelasi promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah di BMT Daarussalam sebesar 0,0676 berdasarkan koefisiensi kolerasi nilai  $r$ , maka promosi dengan layanan jemput bola (X) ) dan variable minat nasabah bertransaksi pemiayaan murabahah (Y) adalah 0,000.berdasarkan kaidah hipotesis T hitung sebesar  $7,891 > 1,993$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  berdasarkan nilai tersebut maka  $H_1$  ditolak  $H_0$  diterima. Artinya signifikan. Pengaruh promosi dengan layanan jemput bola terhadap minat nasabah bertransaksi pembiayaan murabahah sebesar 45,7% sedangkan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh factor lainnya.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup>Desy Amalia Institute, *Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalam Kuala Pembuang*. (Agama Islam Negeri Palangka Raya tahun 2020),4.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi Para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

4. Skripsi dari Fitriana Wulandari INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 2018 yang berjudul *Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro* Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu kepuasan anggota dalam menggunakan sistem jemput bola dapat diukur dengan melihat system keluhan dan saran, survey kepuasan anggota dan analisis kehilangan para anggota.<sup>24</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sama halnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu Strategi *Marketing Officer* Dalam Peningkatan

---

<sup>24</sup>Fitriana Wulandari *Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro* (INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 2018),9.

Sumber Dana Nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi Para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

5. Maryam Suleman, Azhar J. Habu dkk, PASCA SARJANA IAIN AMAI SULTAN GORONTALO 2019, yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pinjaman Dana Pada PT. BPR PARO Dana Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek tempat dan dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu meningkatkan nasabah berdasarkan teori Kotler, yaitu produk, harga, promosi dan tempat. Dari teori Kotler ini menunjukkan bahwa teori ini meningkatkan minat nasabah di PT. BPR PARO.<sup>25</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek pembahasan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah DI PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para marketing officer di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

6. Maskur Arif, Sabri Dkk STIE HAJI AGUS SALIM, 2020. Yang berjudul SWOT Analisis Dan Matrik SWOT Analisi Dalam Rangka Pemasaran Produk Pendaan Bank (STUDI PT. BPR RANGKIANG AUR) Perbedaan

---

<sup>25</sup> Maryam Suleman, Azhar J. Habu dkk, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pinjaman Dana Pada PT. BPR PARO Dana* (PASCA SARJANA IAIN AMAI SULTAN GORONTALO 2019),7.



penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada objek tempat metode pembahasan dan dari hasil penelitian. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan objek pembahasan yaitu strategi pemasaran dalam upaya peningkatan tabungan dan deposito berjangka di PT. BPR RANGKIANG AUR dan strategi yang digunakan adalah berdasarkan strategi S-O dengan menggunakan kekuatan dimiliki dengan manfaat peluang yang ada.<sup>26</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah DI PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempuit bola juga dampak terhadap sumber dana.

7. Marcelinno Sandy Mikhael Korengkeng, Willem J. F. A Tumbuan, 2022. Yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan objek pembahasan yaitu efektifitas dan efisiensi

---

<sup>26</sup> Maskur Arif, Sabri Dkk Yang berjudul *SWOT Analisis Dan Matrik SWOT Analisi Dalam Rangka Pemasaran Produk Pendaan Bank (STUDI PT. BPR RANGKIANG AUR) STIE HAJI AGUS SALIM, 2020*,15.

strategi pemasaran jasa bank BPR Kartika Matuari untuk meningkatkan nasabah.<sup>27</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian analisis deskriptif sedangkan penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempot bola juga dampak terhadap sumber dana.

8. Darwis Tambah, Betniar Purba, 2022. Yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Pijer Podi Kekelengen Cabang Medan penelitian ini berfokus pada bauran pemasaran meliputi produk, harga, tempat dan promosi, proses, orang dan bukti fisik pelanggan Kekelengen Cabang Medan.<sup>28</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif sama halnya

---

<sup>27</sup>Marcelinno Sandy Mikhael Korengkeng, Willem J. F. A Tumbuan, *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matua*,(UNIVERSITAS SAM RATU LANGI 2022.),2-8.

<sup>28</sup>Darwis Tamba, Betniar Purba,*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Pijer Podi Kekelengen Cabang Medan*,( DOSEN FAKULTAS EKONOMI UNIKA SANTO THOMAS MEDAN, 2022),12.

penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *marketing officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempot bola.

9. Skripsi dari Nur Farida Amalia, Institut Agama Negeri Islam Jember, tahun 2020 yang berjudul strategi penawaran kredit dan dampaknya terhadap asset perusahaan pada PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji. Penelitian ini berfokus pada strategi yang dilakukan oleh pekerja di bidang *Accounting Officer* dengan menggunakan metode pendekatan jenis studi kasus dan jenis lapangan dengan analisis penelitian menggunakan 4 yaitu data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan penelitian ini menemukan bahwa strategi dalam penawaran kredit PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji menggunakan cara *door to door*, grebek pasar, menebar brosur dan ketok tular dan produk yang ada yaitu PHA (Pinjaman Angsuran) dan PHT (Pinjaman Tetap).

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kasus dan penelitian lapangan sama halnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR

ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

10. Skripsi dari Hasan Basri, Institut Agama Negeri Islam Jember, tahun 2020 yang berjudul Strategi Pemasaran Untuk Mengoptimalkan Penjualan Pada Produk Sapu (Dua Singa) Di Desa Gading Sari Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi pemasaran dan bagaimana mengoptimalkan strategi penjualan untuk produk sapu (dua singa). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *library research* dan *field research*. Dan hasil penelitian bahwa penetapan harga produk dan memperhatikan harga berdasarkan pesaing, memaksimalkan konsumsi dan kualitas produk tersebut dan memaksimalkan berbagai pelayanan.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan *library research* dan *field research*. sama halnya penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah DI PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.

11. Qomarrotuszzaman Ratu Edi Bagus, Syamsul Hadi. Sekolah Tinggi Ekonomi Mandala Jember yang berjudul “Efektifitas Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kerakyatan Di Daerah Pedesaan Tahun 2015“. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dan pokok masalah penelitian ini yaitu dalam Efektivitas BPR dalam rangka menggerakkan perekonomian masyarakat di pedesaan dapat diukur dari total skor penjumlahan antara nilai skor variable jangkauan terhadap nasabah, jangkauan terhadap sektor ekonomi dan partisipasi masyarakat yang sudah dibagi menjadi beberapa item.

- a. Jangkauan BPR terhadap nasabah debitur Rata-rata jumlah nasabah debitur pada masing-masing BPR: Kurang dari 910 nasabah, Antara 910 - 1.300 nasabah, Lebih dari 1.300 nasaba.
- b. Rata-rata pertumbuhan jumlah nasabah per tahun pada masing-masing BPR, Pertumbuhan kurang dari 195 nasabah, Pertumbuhannya antara 195 – 300 nasabah, Pertumbuhannya lebih dari 300 nasabah.

Jangkauan BPR terhadap sektor ekonomi (Nilai Maksimal = 6).

- c. Rata-rata proporsi jumlah nasabah per sector ekonomi per tahun: Tidak proposional bila kurang dari 10%, Kurang proposional bila antara 10% - 20%, Proporsional bila lebih dari 20%.

- d. Rata-rata proporsi jumlah alokasi kredit per sektor ekonomi: Tidak proporsional bila kurang dari 10%, Kurang proporsional bila antara 10% - 20%, Proporsional bila lebih dari 20.<sup>29</sup>

Persamaan penelitian ini, sama- sama meneliti bank BPR dalam membangun ekonomi masyarakat. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu keefektifan BPR di wilayah Jember dalam rangka menggerakkan perekonomian di sector pedesaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempit bola juga dampak terhadap sumber dana.

12. Skripsi dari Selly Ayu Merdekawati di Universitas Islam Negeri Kalijaga Yogyakarta Tahun 2015 yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan IB BDW Modal Kerja di BPR Syariah Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta”. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif dari hasil penelitian ini objek pembahasan yaitu strategi pemasaran produk iB BDW modal kerja di BPRS BDW merupakan terobosan baru dibidang manajemen yaitu dengan memasarkan

---

<sup>29</sup>Qomarrotuszzaman Ratu Edi Bagus, Syamsul Hadi. *Efektifitas Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Dalam Rangka Membangun Ekonomi Kerakyatan Di Daerah Pedesaan*,(JURNAL RELASI STIE MANDALA JEMBER 2015, STIE Mandala Jember),12-18.

produk, salah satu produknya adalah produk iB BDW modal kerja, alasan BPRS BDW menyediakan produk iB BDW modal kerja adalah untuk menawarkan mitra kerja sama bagi mitra yang membutuhkan penguatan modal untuk pengembangan usaha dengan fasilitas 100% sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan pembagian keuntungan sesuai dengan nisbah yang telah ditentukan bersama dan yang selanjutnya diadakan dengan prinsip mudharabah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran pada BPRS BDW, selain itu untuk mengetahui metode promosi yang digunakan oleh BPRS BDW, metode pengumpulan data dengan observasi. Observasi yang dilakukan adalah observasi non partisipasi untuk memperoleh gambaran tentang strategi pemasaran dan wawancara dilakukan kepada direktur, staf pemasaran BPRS BDW serta pada nasabahnya. dan dokumentasi berupa buku atau tulisan yang mendukung penelitian ini.<sup>30</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian ini terdapat pada objek pembahasan dan tujuan metode penelitian ini menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif objek pembahasan adalah strategi pemasaran produk iB BDW modal kerja di BPRS BDW merupakan produk terobosan dan menyediakan iB BDW dalam modal kerja untuk mitra kerja dengan modal 100% sesuai kebutuhannya nasabah sedangkan penelitian ini sama menggunakan metode kualitatif dan berbeda objek pembahasan strategi

---

<sup>30</sup>Selly Ayu Merdekawati *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan iB BDW Modal Kerja di BPRS Syariah Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta* (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2015),7.

*Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempot bola juga dampak terhadap sumber dana.

13. Wahyu Koesdewata Elly, Dkk. Kajian Universitas Muhammadiyah Jember Desember 2017. yang berjudul “Finansial Langsung Dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwangi”. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dan focus penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR ADY Banyuwangi yang terdiri dari variabel Kompensasi Finansial Langsung (X1), *Kompensasi* Finansial Tidak Langsung (X2) berpengaruh signifikan baik secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Karyawan (Y). Untuk mengetahui manakah diantara variabel diatas yang berpengaruh dominan terhadap Kinerja Karyawan. Populasi padapenelitian ini adalah para karyawan PT.BPR ADY Banyuwangi yang berjumlah 69 orang. Adapun teknis pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik proporsional stratified random sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada responden. Skala yang digunakan adalah skala likert. Hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya secara simultan, variabel Kompensasi Finansial Langsung (X1) dan Kompensasi Finansial Tidak Langsung (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan



(Y) PT.BPR ADY Banyuwangi. Variabel Kompensasi Finansial Langsung (X1) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) PT.BPR ADY Banyuwangi. Variabel Kompensasi Finansial Tidak Langsung (X2) berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) PT.BPR ADY Banyuwangi. Variabel Kompensasi Finansial Langsung (X1) memiliki pengaruh dominan terhadap kinerja karyawan (Y) PT.BPR ADY Banyuwangi.<sup>31</sup>

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu untuk mengetahui hubungan kompensasi finansial terhadap kinerja karyawan pada PT.BPR ADY Banyuwangi yang terdiri dari variabel Kompensasi Finansial Langsung (X1), Kompensasi Finansial Tidak Langsung (X2) berpengaruh signifikan baik secara simultan dan parsial terhadap Kinerja Karyawan (Y). Untuk mengetahui manakah diantara variabel diatas yang berpengaruh dominan terhadap Kinerja Karyawan. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana nasabah DI PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi Para *Marketing Officer* di Bank ini mempengaruhi peningkatan sumber dana yang dilakukan dengan strategi pasar, bauran dan strategi jempot bola juga dampak terhadap sumber dana.

---

<sup>31</sup>Wahyu Koesdewata Elly,Dkk.*Kajian Finansial Lansung Dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwawngi* JSMBI(Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia) (Unmuh Jember vol.7 no.2 desember 2017),194.

**Table 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama, Tahun dan Judul	Perbedaan	Persamaan
1	Affan ghaffar 2021, strategi pemasaran tabungan hari raya (TAHARA) di BPR Majalengka.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan objek pembahasan yaitu strategi pemasaran tabungan hari raya (TAHARA) di BPR Majalengka sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif.	Sama membahas tentang strategi pemasaran dalam produk Bank.
2	Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung di KSPPS Hanada Quwais Sanada KC. Purwokerto, Awanda Anjayani 2021.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan objek pembahasan yaitu strategi pemasaran tabungan hari raya (TAHARA) di BPR Majalengka sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif.	Sama strategi jemput bola.
3	Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Pengkreditan	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian Kuantitatif mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap	Sama membahas strategi pemasaran.

	<p>Rakyat (BPR) Pijer Podi Kekelengen Cabang Medan, Darwis Tambah, Betniar Purba 2022.</p>	<p>Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Pijer Podi penelitian ini berfokus pada bauran pemasaran meliputi produk, harga, tempat dan promosi, proses, orang dan bukti fisik pelanggan Kekelengen Cabang Medan sedangkan penelitian ini objek pembasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji membahas mengenai strategi pemasaran <i>Marketing Officer</i> (MO) dan penelitian ini berbeda menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan <i>focus</i> menggunakan strategi strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.</p>	
4	<p>Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Mudharabah Dibatul Maal Wa Tamwil Daarussalam Kuala Pembuang, Desy Amalia 2020.</p>	<p>Perbedaan terletak pada objek pembahasan pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuanlitatif deskripsi dan objek pembahasan pengaruh promosi dengan layanan jemput bola terhadap bertransaksi pembiayaan murabahah berpengaruh positif karena nilai r positif maka semakin baik promosi layanan jemput bola maka semakin kuat pengaruhnya terhadap minat nasabah bertransaksi sedangkan penelitian ini objek pembasan strategi <i>Marketing</i></p>	<p>Sama meneliti strategi jemput bola.</p>

		<i>Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif.	
5	Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro, Fitriana Wulandari 2018.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan objek pembahasan yaitu Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif	Sama membahas strategi jemput bola
6	Strategi Pemasaran Untuk Mengoptimalkan Penjualan Pada Produk Sapu (Dua Singa) Di Desa Gading Sari Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso, Hasan Basri, 2020.	Penelitian ini berfokus kepada bagaimana strategi pemasaran dan bagaimana mengoptimalkan strategi penjualan untuk produk sapu (dua singa). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode <i>library research</i> dan <i>field research</i> . Dan hasil penelitian bahwa penetapan harga produk dan memperhatikan harga berdasarkan pesaing, memaksimalkan konsumsi dan kualitas produk tersebut dan memaksimalkan berbagai pelayanan. sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di	Sama membahas strategi bauran pemasaran.

		PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji membahas mengenai strategi pemasaran <i>Marketing Officer</i> (MO) dan penelitian ini berbeda menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan focus menggunakan strategi strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.	
7	Strategi Pemasaran Produk Deposito Pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning, Imroatul Hasanah 2020.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan objek pembahasan Strategi pemasaran produk deposito pada bpr syariah kota bumi kantor kas bukit kemuning sedangkan pada penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif.	Sama-sama meneliti pemasaran dan produk dibank tersebut.
8	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pinjaman Dana Pada PT. BPR PARO Dana, Maryam Suleman, Azhar J. Habu dkk 2019.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif yang membahas tentang Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pinjaman Dana Pada PT. BPR PARO Dana sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan	Sama membahas tentang strategi pemasaran

		sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif	
9	SWOT Analisis Dan Matrik SWOT Analisi Dalam Rangka Pemasaran Produk Pendaan Bank (STUDI PT. BPR RANGKIANG AUR), Maskur Arif, Sabri Dkk 2020.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskriptif mengenai Analisi Dalam Rangka Pemasaran Produk Pendaan Bank yang membahas strategi dan upaya peningkatan tabungan dan Deposito sedangkan penelitian ini objek pembasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji membahas mengenai strategi pemasaran <i>Marketing Officer</i> (MO) dan penelitian ini berbeda menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif	Sama-sama meneliti produk dibank tersebut
10	Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah, Marcelinno Sandy Mikhael Korengkeng, Willem J. F. A Tumbuan 2022.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian analisis deskriptif mengenai Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah penelitian ini berfokus pada efektivitas dan efisiensi strategi pemasaran jasa bank sedangkan penelitian ini objek pembasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR	Sama membahas tentang strategi pemasaran

		<p>ADY Jember Cabang Rambipuji membahas mengenai strategi pemasaran <i>Marketing Officer</i> (MO) dan penelitian ini berbeda menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan <i>focus</i> menggunakan strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.</p>	
11	<p>strategi penawaran kredit dan dampaknya terhadap asset perusahaan pada PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, Nur Farida Amalia, 2020.</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada strategi yang dilakukan oleh pekerja di bidang <i>Accounting Officer</i> dengan menggunakan metode pendekatan jenis studi kasus dan jenis lapangan dengan analisis penelitian menggunakan 4 yaitu data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan penelitian ini menemukan bahwa strategi dalam penawaran kredit PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji menggunakan cara <i>door to door</i>, grebek pasar, menebar brosur dan ketok tular dan produk yang ada yaitu PHA (Pinjaman Angsuran) dan PHT (Pinjaman Tetap). sedangkan penelitian ini objek pembasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji membahas mengenai strategi pemasaran <i>Marketing Officer</i> (MO) dan penelitian ini berbeda menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan <i>focus</i> menggunakan strategi</p>	<p>Sama membahas strategi yang di lakukan di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji</p>

		strategi pasar, bauran dan strategi jemput bola juga dampak terhadap sumber dana.	
12	Strategi pemasaran produk pembiayaan iB BDW modal kerja di bpr syariah bangun drajat warga (BDW) Yogyakarta, Selly Ayu Merdekawati 2015.	Perbedaan terletak pada objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dan objek pembahasan yaitu Strategi pemasaran produk pembiayaan iB BDW modal kerja di bpr syariah bangun drajat warga (BDW) Yogyakarta sedangkan penelitian ini objek pembahasan strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini juga menggunakan metode deskripsi kualitatif.	Sama-sama meneliti produk dibank tersebut
13	Efektifitas bank pengkreditan rakyat (BPR) dalam rangka membangun ekonomi kerakyatan di daerah pedesaan, Qomarrotuszaman Ratu Edi Bagus Syamsul Hadi. 2015.	Perbedaan terletak pada metode penelitian dan objek pembahasan. Pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan yang menjadi objek pembahasan yaitu Keefektifan BPR diwilayah Jember dalam rangka menggerakkan perekonomian disektor pedesaan dengan adanya factor yang mempengaruhi strategi Jemput Bola dan Tabungan Wajib sedangkan pada penelitian ini objek pembahasan yaitu strategi <i>Marketing Officer</i> dalam peningkatan sumber dana di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dan penelitian ini menggunakan metode deskripsi kualitatif	Sama-sama meneliti mengenai Bank BPR dalam strategi



		yang menjadi objek pembahasan adalah strategi <i>Marketing Officer</i> .	
--	--	--	--

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian Strategi

Strategos Asal mula kata “strategi” turunan dari kata dalam Bahasa Yunani, Strategi dapat diartikan cara yang dikumpulkan, luas dan berintegrasi yang menjalinkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang terstruktur untuk memastikan tujuan utama dari perusahaan agar mencapai pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Glueck dan Jauch).<sup>32</sup>

Strategi secara umum dapat dipahami:

- a. Strategi merupakan cara tujuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan dimasa akan datang di organisasi, disertai cakupan cara bagaimana agar tujuan dapat dicapai.
- b. Strategi merupakan cara tujuan adanya perencanaan terhadap top manajer yang terarah pada tujuan jangka panjang perusahaan, disertai penyusunan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Pengertian strategi secara khusus:

- a. Strategi adalah tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, terus-menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan nasabah di masa akan datang. Strategi hampir selalu dimulai

<sup>32</sup> Fred R David forrest R David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15* (Jakartaselatan: penerbit salemba empat 2015),11.

dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi yang baru dan perubahan pola nasabah yang memerlukan strategi dari Perusahaan, perusahaan perlu mencari strategi bisnis yang dilakukan agar memikat para nasabah.<sup>33</sup>

- b. Strategi merupakan tindakan yang bersifat terus-menerus, mengalami peningkatan yang dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen di masa depan. Dengan strategi ini maka ada yang hampir dimulai dari apa yang selalu untuk bisa terjadi ada suatu kecepatan berinovasi pada pasar yang baru dan juga perubahan pola konsumen yang sangat memerlukan kemampuan inti, maka hendaknya perusahaan perlu mencari dan mengambil kemampuan inti/kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.

Menurut David (2016) strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka Panjang, strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, difersifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *join ventur*.<sup>34</sup>

Menurut Kotler dan Neil Amstrong strategi pemasaran yaitu logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dari konsumen.

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana

<sup>33</sup>Fred R David forrest R David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15* (Jakartaselatan: penerbit salemba empat 2015),11.

<sup>34</sup> Fred R David forrest R David, *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15* (Jakartaselatan: penerbit salemba empat 2015),11.

di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan bugget untuk pemasaran.

Fandy Tjiptono strategi *Marketing* merupakan sebuah alat yang mendasar dan fundamental yang didesain untuk mencapai tujuan dari perusahaan dengan cara mengembangkan daya saing yang unggul dan berkesinambungan.

Cakupan dari kumpulan artian tersebut bahwa strategi pemasaran adalah cara sistem yang digunakan untuk mempromosikan produk barang atau jasa melihat dari produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan dan juga memperhatikan para pesaing sehingga dapat nilai keuntungan yang lebih tinggi dari pada sebelumnya.

Strategi yang dilakukan bank BPR cakupan lebih sedikit dari bank umum, dalam memasarkan produk produk untuk pencapaian sumber dana dilakukan berbagai strategi oleh karena itu strategi dapat diatrikan rencana untuk dimasa mendatang yang diikuti kinerja dan digunakan sebagai tujuan tersebut. Strategi yang dilakukan oleh PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji terdapat: <sup>35</sup>

## 2. Strategi Pasar

### a. Segmentening Pasar

Segmentening pasar merupakan proses pengelompokan pembeli yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.<sup>36</sup>

### b. *Targeting* (Pasar/Sasaran)

*Targeting* merupakan mengavaluasi beberapa pasar yang telah dilakukan segmentasi untuk memudahkan perusahaan dalam menentukan pasar yang akan digunakan sebagai target pemasaran produk sehingga tidak akan salah sasaran.

Ada tiga kriteria dalam yang harus dipenuhi sebuah perusahaan dalam mengevaluasi dan menentukan pasar mana yang tepat untuk menjadi target pemasaran produk.

- 1) Memastikan bahwa perusaan cukup besar dan dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan
- 2) Perusahaan harus memiliki nilai lebih sebagai pertimbangan masyarakat untuk memilih produk tersebut, bukan hanya nilai tetapi harus juga didukung dengan kapasitas, kompetensi inti dan keunggulan yang kompetitif
- 3) Perusahaan harus mempertimbangkan situasi persaingan pada pasar yang akan menjadi target, contohnya dalam intensitas dalam

---

<sup>36</sup>Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

persaingan segmen, potensi pemain baru, kehadiran produk yang harganya lebih murah dari produk perusahaan itu sendiri

c. *Positioning*

Tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dalam benak pelanggannya. Positioning merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya. Dengan menggunakan informasi dari persepsi itu dan dapat dikenali berbagai strategi penentuan posisi.

*Positioning* adalah suatu kegiatan menentukan posisi yang kompetitif untuk produk suatu pasar. Dengan kata lain, perusahaan harus menetapkan harga, tempat, produknya yang lebih dianggap mampu bersaing dengan para pesaingnya sehingga mampu menjadi produk yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen maupun masyarakat. Kegiatan positioning pasar ini dilakukan setelah menentukan segmen yang akan ditempat sebagai target produk.<sup>37</sup>

d. *Diferensiasi*

*Diferensiasi* merupakan proses memodifikasi produk menjadi suatu produk yang berbeda dari para pesaingnya. Yang lebih bernilai dan memiliki kepuasan yang tinggi. Perusahaan harus mampu memiliki perbedaan dengan para pesaingnya baik dalam bentuk produk tersebut,

---

37 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

sehingga masyarakat akan lebih mudah membedakan produk perusahaan yang lainnya.<sup>38</sup>

### 3. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi penetapan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu dimana segmen pasar tersebut telah dijadikan pasar sasarannya untuk produk yang telah diluncurkan guna menarik konsumen melalui pembelian. Berikut merupakan rincian dari bauran pemasaran:

#### a. *Product* (Produk)

Produk Menurut Philip Kotler, yang diterjemahkan oleh Kasmir pada bukunya yang berjudul Pemasaran Bank, adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Penentuan produk secara fisik yang berbentuk barang, merk yang akan ditawarkan, fitur yang ditawarkan dari produk tersebut, pembungkus, garansi, atau kelebihan-kelebihan lain yang akan diperlihatkan menjadi sebuah kelebihan dari produk tersebut sehingga dapat menarik minat masyarakat.

Perencanaan produk harus secara spesifik yang nantinya akan dijual kepada masyarakat, pembentukan produk ini diharapkan juga

---

38 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),301.

memberikan manfaat bukan hanya bagi perusahaan saja namun juga bagi konsumen serta masyarakat.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji sangat memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga menyesuaikan lokasi dan produk yang ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra, dan deposito. Tabungan Umum menjangkau para pedagang yang mencari keuntungan dari bunga atau hanya menabung, Tabungan Tadyra atau bisa di sebut Tabungan ADY hari raya ini memiliki jangka waktu yang mulai dari 10 bulan dan memiliki target agar mendapat bingkisan atau uang tunai. Sedangkan, Depoito memiliki janka waktu mulai dari 1 bulan sampai 5 tahun.

b. *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa suatu perusahaan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Penetapan harga juga harus dapat mencerminkan produknya, melihat apakah produk tersebut dapat dipertimbangkan dengan harga yang telah ditetapkan, mencerminkan

nilai kompetitif dari produk lainnya. Sehingga penetapan harga ini begitu penting bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan.

Harga yang ditawarkan oleh PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji memang fluktuatif mengikuti aturan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai harga yang di tetapkan.

c. *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi (tempat) bagi suatu Lembaga keuangan adalah salah satu komponen yang sangat penting. Dalam pembukaan kantor, perusahaan harus mampu mengidentifikasi sasaran yang akan dituju, misalkan bagi BMT yang berfokus pada UMKM maka akan lebih baik jika BMT tersebut berada didekat pasar supaya nantinya marketing bisa turun langsung mencari pelanggan dipasar yang akan menjadi target pemasarannya.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji yang bertempat di Jl, Samahudi yang sangat dekat dengan wilayah pasar merupakan peluang untuk mencari nasabah tidak luput juga Para Marketing Officer mencari lokasi di sekitarnya

d. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan tempat. Dalam kegiatan ini setiap Lembaga keuangan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik lansung maupun tidak langsung. Tanpa



promosi jangan diharapkan masyarakat dapat mengenal produk dan jasa dari perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik masyarakat. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik minat masyarakat serta mempertahankan para konsumennya.

Promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen (nasabah) akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan dimata para konsumennya dan masyarakat.

Tantangan dan peluang bagi lembaga keuangan tidak hanya seperti munculnya pesaing-pesaing baru tetapi juga dengan pembaruan teknologi, kemudahan bertransaksi, berbagai macam hadiah, promosi yang diberikan oleh pesaing lain dalam upaya meningkatkan persaingan yang ketat dan sebagainya.

Dalam mengatasi kesulitan-kesulitan tersebut ada dua hal yang harus dilakukan demi mempertahankan konsistensinya, yaitu tetap mempertahankan apa yang sudah ada dan membuka cabang-cabang baru pada tempat-tempat yang dianggap strategis bagi target.<sup>39</sup>

#### 4. Strategi Jemput Bola

strategi Jemput Bola adalah dimana para penyedia jasa maupun penjual produk menghubungi atau menjemput langsung para nasabah, dan strategi ini cukup efektif karena para usaha bisa mendekatkan

---

39 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),301.

perusahaannya dengan konsumen dan memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Cara yang dilakukan berupa layanan pesan antar, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan terjun langsung terjun di lapangan.

Strategi ini sebagai *system* pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang baik dari nasabah sehingga peningkatan jumlah nasabah semakin tinggi dan untuk mempercepat pengembangan sumber dana nasabah.<sup>40</sup>

a. Manfaat dalam menerapkan strategi Jemput Bola:

- 1) Hubungan kita dengan pelanggan semakin dekat dimana kita akan sering berinteraksi dengan nasabah baik untuk menawarkan produk atau hanya sekedar menanyakan kabar.
- 2) Keluhan nasabah akan dapat diatasi dengan mudah karena hubungan baik akan membuka peluang kan terbangunnya sikap saling percaya, pengertian dan empati.
- 3) Rumor yang terjadi diluar bisa kita ketahui dengan segera karena ketika rumor itu terjadi biasanya tanpa segan akan langsung menghubungi kita untuk bertanya dan secara tak langsung membuat kita mengetahui akar permasalahan yang ada dalam rumor itu, dan juga kita mengetahui kenaikan harga dari pesaing, tentang pesaing menjual harganya yang dibawah harga pasar dan lain sebagainya.<sup>41</sup>

<sup>40</sup>Fitriana Wulandari, *Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro* (INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO, 2018),38-40.

<sup>41</sup>Awanda anjayani, *analisis strategi pemasaran melalui layanan jembut bola untuk meningkatkan motivasi nasabah menabung di KSPPS hanada quwais sanada KC. Purwokerto*

## 5. Sumber Dana Bank

Sumber dana bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya. sesuai dengan fungsi bank sebagai lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah bergerak dibidang keuangan. Untuk mendukung kegiatan perbankan sebagai penjual uang (memberikan pinjaman) bank lebih dulu harus membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari sesilih tersebut bank memperoleh keuntungan, Dana untuk membiayai operasi suatu bank, dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana tersebut tergantung dari bank itu sendiri secara pinaman (titipan) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya, dan juga untuk membiayai operasinya dana dapat pula didapatkan melalui dari modal sendiri, seperti dana dari pemilik bank atau juga bisa menjual saham baru kepada pemilik baru, ada sumber-sumber dana bank yaitu:<sup>42</sup>

### d. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri

Sumber dana ini bagian dari modal bank itu sendiri modal ini berasal dari para pemegang saham atau modal setoran, cadangan cadangan bank, atau laba bank yang belum dibagi.

### e. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan dana yang terpenting dari kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu

---

(UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KYAI HAI SAIFUDDIN ZUHRI PURWEKERTO, 2021), 21-23.

<sup>42</sup> Sri Tand. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

membayai dari sumber dana ini, sumber dana ini berasal dari Simpanan Giro, Simpanan Tabungan dan Simpanan Deposito.

f. Dana yang bersumber dari Lembaga lainnya

Sumber dana ini merupakan sumber dana tambahan jika bank mengalami kesulitan mencari sumber dana pertama dan kedua dan untuk mendapatkan sumberdana ini lebih sulit dan digunakan untuk membiayai transaksi tertentu karna *relative* mahal dalam pencairan sumber dana ini, Adapun dapat diperoleh dari sumber:

- 1) Kredit Likuiditas dari Bank Indonesia
- 2) Pinjaman antar Bank (call money)
- 3) Pinjaman dari Bank Luar Negeri
- 4) Surat Berharga Pasar Uang (SPBU)<sup>43</sup>

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa istilah bahwa strategi adalah sebuah rangkaian untuk membangun perusahaan untuk menjadi lebih efektif dengan mempertimbangkan tujuan, langkah kerja, dan melihat para pesaing yang menjadi ancaman.

Berdasarkan pendapat Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat.<sup>44</sup> Jadi PT. BPR ADY

Jember Cabang Rambipuji melakukan tugas selayaknya sebagai

---

<sup>43</sup>kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi* 2014 (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2016),58-59.

<sup>44</sup> Sri Tand. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

mestinya memasarkan produk – produk yang ada seperti Tabungan Umum, Tadyra dan Deposito Berjangka dengan adanya pula strategi Jemput Bola.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan secara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>45</sup> Dalam melakukan penelitian tentang *Strategi Marketing Officer Dalam Peningkatan Sumber Dana di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020-2021*. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dan metode penelitian yang meliputi:

Pendekatan kualitatif yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah.<sup>46</sup> Dalam pendekatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Dengan cara menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif peneliti ingin langsung mengetahui dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya. Dengan memberikan penjabaran dan mendeskripsikan langsung bagaimana *Strategi Marketing Officer Dalam Peningkatan Sumber Dana Di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020-2021*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun jenis penelitian yang dipilih yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk

---

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 2.  
<sup>46</sup>Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 74.

mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Penelitian lapangan biasanya membuat catatan lapangan secara ekstensif yang kemudian dianalisis dalam berbagai cara. Penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti langsung kelapangan untuk mendapatkan data yang factual dan akurat.<sup>47</sup>

### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian diperlukan dalam penelitian untuk membatasi wilayah penelitian. Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dan kegiatan penelitian memperoleh data-data yang diperlukan dan menjawab pertanyaan yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember. Tepatnya pada PT, BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI bertempat di JL. SAMAHUDI No 9-11 Kidul Ps, Stan Ruko Pasar, RAMBIPUJI JEMBER JAWA TIMUR 68152.

### **C. Subjek Penelitian**

Dalam pedoman karya tulis ilmiah subjek penelitian yang dimaksudkan yaitu melaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data kan dicari dan dijamin sehingga validitasnya terjamin.<sup>48</sup> Teknik pengambilan sumber data menggunakan reduksi data.

Sedangkan sumber manusia yang sekaligus menjadi informan adalah:

1. Bapak Yudi Catur selaku Kepala Pimpinan PT, BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.

---

<sup>47</sup>Moleong, Lexy J. *Metode Peneitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1990),6.

<sup>48</sup>Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah...*, 47.

2. Ibu Ismi Nurushobah, A.md selaku Pembukuan PT, BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.
3. Ibu Nita Indirawati S.E selaku *Marketing Officer* PT, BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.
4. Bapak Solihin selaku *Marketing Officer* PT, BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.
5. Bapak Hariadi selaku *Marketing Officer* PT, BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan, misalnya observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi partisipan. Wawancara secara mendalam studi dokumentasi, dan gabungan ketiganya atau triangulasi. Perlu dikemukakan kalau Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, maka perlu dikemukakan apa yang diobservasi, kalau wawancara kepada siapa akan melakukan wawancara.<sup>49</sup> Metode yang digunakan untuk mengumpulkan berbagai macam data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan observasi

---

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, 225.



terang-terangan atau tersamar. Observasi disini untuk mendapatkan data-data tentang Strategi *Marketing Officer* Dalam Peningkatan Sumber Dana Di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020-2021. Peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumberdata, bahwa ia sedang melakukan penelitian jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.<sup>50</sup> Adapun yang menjadi objek observasi peneliti adalah:

- a. Letak geografis PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.
  - b. Strategi *Marketing Officer* (MO) dan dampaknya dalam peningkatan sumber dana di PT. Anugerahdharmayuwana Jember Cabang Rambipuji.
2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang dicari dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab. Wawancara dalam penelitian kualitatif sifatnya mendalam karena ingin mengeksplorasi informasi secara holistik dari informan.<sup>51</sup>

Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori indepth interview, dimana pelaksana yang lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk

---

50 Ibid., 228.

51 Ibid., 72.

menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide- idenya. Teknik wawancara ini digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data tentang:

- a. Strategi yang dilakukan *Marketing Officer* (MO) dalam peningkatan sumber dana nasabah pada PT. BPR Anugerahdharma yuwana Jember cabang Rambipuji (Kantor Cabang).
- b. Data nasabah *Marketing Officer* (MO) dalam produk Tabungan, TADYRA dan Deposito pada PT. BPR Anugerahdharma yuwana Jember cabang Rambipuji (Kantor Cabang)

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan teknik dokumentasi, teknik dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>52</sup>

Adapun data yang ini diperoleh dari hasil penelitian melalui bahan documenter ini adalah:

- a. Sejarah berdirinya PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji (Kantor Cabang)
- b. Visi dan Misi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji (Kantor Cabang)

---

<sup>52</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, 240.

- c. Struktur karyawan PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji (Kantor Cabang)

## E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Pada tahap ini seluruh data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder kemudian dimanfaatkan sedemikian rupa sehingga dapat diambil kesimpulan. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif, artinya suatu metode yang digunakan terhadap suatu data yang telah dikumpulkan kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis dengan argument logika yang digambarkan dengan kata atau kalimat.<sup>53</sup>

Miles dan Humberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Analisis menurut Miles dan Huberman, dibagi dalam tiga tahapan yaitu sebagai berikut:

---

<sup>53</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Ke Praktek*, (Jakarta: RinekaCipta, 2014),202.

### 1. Pengumpulan data

Kegiatan utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data pada umumnya. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi wawancara secara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi).

Pada tahap awal peneliti melakukan penjelaahan secara umum terhadap situasi *social* yang diteliti. Semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian peneliti akan memperoleh data yang sangat dan bervariasi.

### 2. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah bagi peneliti untuk melakukan data selanjutnya, dan mencari bila diperlukan.

### 3. Penyajian data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif.

Saat menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, kerja selanjutnya berdasarkan apa yang terjadi, dan

merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.<sup>54</sup>

Kesimpulan pada penelitian kualitatif ini diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, dan temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

#### F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep yang menunjukkan kesahihan dan keadaan data dalam suatu penelitian. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh, penelitian menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Teknik triangulasi yang digunakan yang digunakan dalam penelitian membandingkan atau mengecek baik informasi yang telah diperoleh dengan

---

<sup>54</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, 247.

sumber lainnya. Ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan pengguna sumber, metode, penyidik, dan teori.<sup>55</sup>

Dalam penelitian yang akan dilakukan oleh penulis sebagai teknik pemeriksaan data adalah menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Adapun langkah dalam triangulasi sumber yaitu:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>56</sup>

#### **G. Tahap-tahap Penelitian**

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.<sup>57</sup>

<sup>55</sup>Lexy J Moleong, *Metode Peneitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990), 330.

<sup>56</sup>Ibid., 330.

<sup>57</sup>Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah...*, 48.

## 1. Tahap pra penelitian

Dalam hal ini sebelum turun langsung ke lapangan peneliti mempersiapkan proposal penelitian sebagai rancangan awal nantinya ketika dilapangan. Dalam tahapan penelitian lapangan terdapat enam tahapan. Tahapan tersebut juga dilalui peneliti sendiri, adapun enam tahapan penelitian tersebut ialah:

### a. Penyusunan rancangan penelitian

Pada tahapan ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, penyusunan matrik, penelitian yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dan dilanjutkan penyusunan proposal penelitian hingga dipresentasikan.

### b. Memilih lapangan penelitian

Sebelum melakukan penelitian seseorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian.

Lapangan penelitian yang dipilih peneliti tepatnya pada PT,

BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RAMBIPUJI. JL. SAMAHUDI No 9-11 Kidul Ps, Stan Ruko Pasar,  
KIAI HAI ACHMAD SIDDIQ  
RAMBIPUJI JEMBER JAWA TIMUR 68152

### c. Mengurus perizinan

Sebelum mengadakan penelitian, peneliti mengurus perizinan terlebih dahulu yakni meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus. Setelah meminta surat perizinan, peneliti menyerahkan

kepada pimpinan kepada PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji untuk mengetahui apakah diizinkan mengadakan penelitian atau tidak.

d. Menjajaki dan menilai lapangan

Setelah diizinkan meneliti, peneliti mulai melakukan penjajakan dan menilai lapangan untuk lebih mengetahui latar belakang objek penelitian. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menggali data.

e. Memilih dan memanfaatkan informan

Pada tahap ini peneliti mulai memilih informan untuk mendapatkan informasi. Informan yang dipilih dalam hal ini ialah Kepala Pimpinan PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.

f. Menyiapkan perlengkapan penelitian

Setelah semua selesai mulai dari rancangan penelitian hingga memilih informan maka peneliti menyiapkan perlengkapan penelitian sebelum terjun kelapangan.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap ini peneliti mulai mengadakan kunjungan langsung ke lokasi penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi, namun disamping itu peneliti sudah mempersiapkan diri, fisik maupun mental. Pada tahap ini peneliti yang dilakukan peneliti adalah:



- a. Memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri
  - 1) Pembatasan dan latar peneliti
  - 2) Penampilan
  - 3) Pengenalan hubungan peneliti dilapangan
  - 4) Jumlah waktu studi
- b. Memasuki lapangan
  - 1) Keakrapan hubugngan
  - 2) Mempelajari Bahasa
  - 3) Peranan peneliti
- c. Berperan serta sambil mengumpulkan data
  - 1) Mencatat data
  - 2) Analisis dilapangan
3. Tahap analisa data

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam proses penelitian. Pada tahap ini pula peneliti mulai menyusun laporan dan mempertahankan hasil penelitian yang telah dianalisis dan disimpulkan dalam bentuk karya tulis ilmiah yang berlaku di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Pada tahap ini peneliti yang dilakukan peneliti adalah:

- a. Analisis domain

Analisis domain dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pengamatan berperan serta/wawancara atau pengamatan deskriptif

yang terdapat dalam catatan lapangan, yang dapat dilihat di buku lampiran.

b. Analisis taksonomia

Setelah dilakukan analisis domain, dilakukan pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan *focus* yang sebelumnya telah dipilih oleh peneliti.

c. Analisis komponen

Setelah analisis taksonomia, dilakukan wawancara atau pengamatan terpilih untuk memperdalam data yang telah ditemukan melalui pengajuan sejumlah pertanyaan kontras. Dan data hasil wawancara terpilih dimuat dalam catatan lapangan

d. Analisis tema

Analisis tema merupakan seperangkat prosedur untuk memahami secara *holistic* pemandangan yang sedang diteliti. Setelah analisis dilakukan, selanjutnya interpretasi data merupakan upaya untuk memperoleh arti dan makna yang lebih mendalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang dilakukan.

Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan cara yang meninjau hasil penelitian secara kritis dengan teori yang relevan dan informasi akurat yang diperoleh dari lapangan.

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji untuk lebih jelasnya tentang masalah objek dan gambaran maka dikemukakan secara systematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

##### 1. Gambaran Pelaksanaan Strategi *Marketing Officer*

Strategi *Marketing Officer* merupakan bagian terpenting dari tercapainya sumber dana yang maksimal dilihat pendapat Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat<sup>58</sup>. Oleh karena itu strategi yang digunakan *Marketing Officer* ada 3 Strategi Pasar, Bauran *Mix* Dan Jemput Bola.

##### a. Strategi Pasar

Strategi pasar merupakan bagan yang terdiri dari segmentasi pasar, sasaran *pasar*, penentuan posisi pasar dan perbedaan pasar strategi ini dilakukan untuk menentukan pengelompokkan posisi pelanggan untuk produk yang akan ditawarkan lalu bagian mana yang akan menjadi sasaran atau target tempat yang potensial dan untuk persaingan pasar yang dilakukan *Marketing Officer* di PT Bank

---

58 Sri Tand. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

Perkreditan Rakyat Anugerahdharmha Yuwana Jember adalah memberikan pelayan prima dan atas dasar kepercayaan.

b. Bauran *Mix*

Strategi bauran *mix* juga dapat diartikan dari serangkaian bagan yang terdiri dari produk, harga, tempat, dan promosi strategi ini dilakukan Ketika terjun langsung kepada masyarakat dikarenakan para *Marketing Officer* harus memahami apa yang akan mereka jual atau mereka tawarkan sehingga dapat memahami apa keinginan kebutuhan yang diperlukan.<sup>59</sup>

c. Jemput Bola

Jemput Bola merupakan strategi yang digunakan *Marketing Officer* di PT Bank Perkreditan Rakyat Anugerahdharmha Yuwana Jember sudah sejak tahun 1996 strategi ini dilakukan dengan mendatangi para nasabah untuk setor tabungan yang berada di tempat penjualan, toko *ataupun* rumah asalkan tidak keluar batas wilayah.

Strategi jembut bola adalah dimana para penyedia jasa maupun penjual *produk* menghubungi atau menjemput langsung para nasabah, dan strategi ini cukup efektif karena para usaha bisa mendekatkan perusahaannya dengan konsumen dan memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk memenuhi kebutuhannya. Cara yang dilakukan

---

59 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),301.

berupa layanan pesan antar, penawaran menggunakan teknologi komunikasi dan terjun langsung terjun di lapangan.<sup>60</sup>

d. Sumber Dana Bank

Sumber dana bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya. sesuai dengan fungsi bank sebagai lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah bergerak dibidang keuangan. Untuk mendukung kegiatan perbankan sebagai penjual uang (memberikan pinjaman) bank lebih dulu harus membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari sesilih tersebut bank memperoleh keuntungan, Dana untuk membiayai operasi suatu bank, dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana tersebut tergantung dari bank itu sendiri secara pinaman (titipan) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya, dan juga untuk membiayai operasinya dana dapat pula didapatkan melalui dari modal sendiri, seperti dana dari pemilik bank atau juga bisa menjual saham baru kepada pemilik baru, ada sumber-sumber dana bank yaitu:

1) Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan dana yang terpenting dari kegiatan operasional bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai dari sumber dana ini, sumber dana ini berasal dari Simpanan Giro, Simpanan Tabungan dan Simpanan Deposito.

<sup>60</sup> Fitriana Wulandari, *Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro* (INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO, 2018),38-40.

## **2. Gambaran umum objek PT BPR Anugerahdharma Yuwana Cabang Rambipuji Jember**

Bank Perkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji atau yang lebih sering dikenal dengan PT BPR ADY adalah BPR hasil penggabungan tiga BPR yang ada di Kabupaten Jember yaitu BPR Delta Ambulu yang berdiri pada tanggal 21 September 2001 yang beralamat di Jalan Suyitman No.89 Ambulu Jember, kemudian BPR Puji Raharja Rambipuji yang berdiri pada tanggal 14 Oktober 1996 yang beralamatkan di Stan Ruko Pasar Rambipuji No. 9–11 Jember, kedalam BPR Arta Tunas Mukti di Tanggul yang berdiri pada tanggal 21 Oktober 1996 yang beralamatkan di Jalan PB. Sudirman No.106 Tanggul – Jember. Sejak penggabungan ketiga BPR tersebut, BPR berganti nama menjadi Bank Perkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember sesuai dengan surat keputusan sebagai berikut:<sup>61</sup>

Pertama, Salinan Keputusan Deputi Gubernur Bank Indonesia No.14/9/KEP.DpG/2012, tanggal 21 Desember 2012 tentang pemberian izin penggabungan usaha (merger) PT BPR Puji Raharja dan PT BPR Delta kedalam PT BPR Artha Tunas Mukti dan surat pemberitahuan dari kantor perwakilan Bank Indonesia Jember No. 15/22/DKBU/IDAd/Jr, tanggal 10 Januari 2013 Perihal: Keputusan Deputi Gubernur Bank Indonesia tentang Pemberian Izin Penggabungan Usaha (Merger).

---

61 Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji Jember.

Kedua, Salinan Anggaran Dasar No. 35 tanggal 5 Maret 2013 tentang Risalah Rapat Perubahan Anggaran Dasar PT BPR ADY Jember.

Ketiga, Salinan Keputusan dari Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-15200.AH.01. 02. Tahun 2013, tanggal 25 Maret 2013 tentang Persetujuan Perubahan Anggaran Dasar Perseroan. Keempat, Salinan Keputusan Deputi Kepala Perwakilan Bank Indonesia No. 15/2/KEP.KpwBI/Jr/2013, tanggal 03 Mei 2013 tentang Perubahan Nama PT BPR Artha Tunas Mukti menjadi PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember.

PT BPR ADY yang memiliki motto sebagai BPR terbaik dan terpercaya berperan sebagai kantor pusat yang beralamatkan di Jalan Gajah Mada No. 75 Kaliwates, Jember, Jawa Timur dan memiliki dua kantor cabang yang berada di Rambipuji Jember dan Ambulu, selain itu juga memiliki lima kantor operasional kas yang berada di Pakusari, Tanggul, Gumuk Mas, Jenggawah, Mumbulsari Jember.<sup>62</sup>

PT BPR ADY Jember selanjutnya disebut “Bank”, didirikan berdasarkan Akta Notaris Elly Herawati Sutedjo, SH di Jember No. 35 Tanggal 5 Maret 2013 dan telah mendapat persetujuan Bank Indonesia No. 15/397/DKBU/Idad/Jr Tanggal 3 Mei 2013 dan persetujuan dari Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. AHU-15200.AH.01.02. Tahun 2013 tanggal 25 Maret 2013. PT BPR ADY Jember merupakan penggabungan dari PT

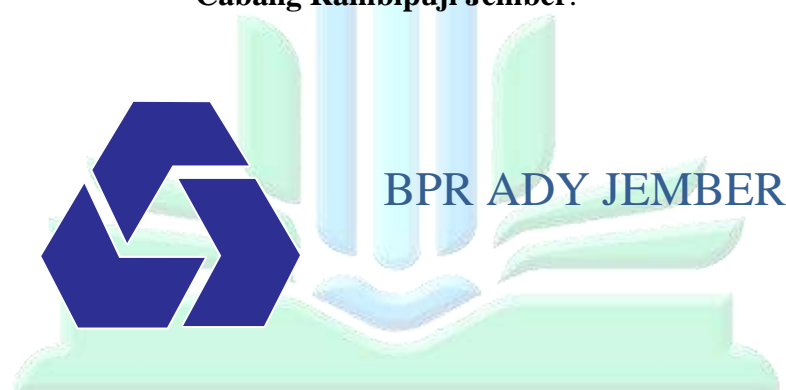
---

62 Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

BPR Puji Raharja dan PT BPR Delta Jember kedalam PT BPR Artha Tunas Mukti yang selanjutnya disebut PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember. Perubahan terakhir berdasarkan Akta Notaris Elly Herawati Sutedjo, SH di Jember No. 79 Tanggal 19 Juni 2015 tentang Perubahan Anggaran Dasar Bank dan telah diterima dan dicatat dalam Sistem Administrasi Badan Hukum di Daftar Perseroan No. AHU-3522469.AH.01.11 Tahun 2015 Tanggal 20 Juni 2015.

### 3. Logo PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember

**Gambar 4.1**  
**Logo PT Bank Perkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana**  
**Cabang Rambipuji Jember.<sup>63</sup>**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
56 Sumber: PT BPR ADY Kab. Jember  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

63 Sumber: PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Cabang rambipuji jember



#### 4. Letak Geografis PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji

Lokasi PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berada di Stand Ruko Pasar Rambipuji No. 9-11, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember, Jawa Timur dan merupakan salah satu kantor cabang dari PT BPR ADY Jember.

#### 5. Visi dan Misi

Setiap perusahaan yang berdiri dan beroperasi entah itu Lembaga keuangan Bank ataupun NonBank pastinya memiliki visi dan misi yang ingin dicapai dan diwujudkan perusahaan. Begitu pula dengan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.

Adapun visi dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji adalah Memajukan Ekonomi Masyarakat. Misi dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji adalah sebagai berikut:

- a. Menjalankan prinsip kerja sesuai value PT BPR ADY Jember.
- b. Meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan yang berkesinambungan.
- c. Meningkatkan kesejahteraan karyawan melalui karir planning yang sistematis.
- d. Meningkatkan ekonomi masyarakat melalui perluasan jaringan kantor.
- e. Ikut serta dalam pembangunan ekonomi daerah guna peningkatan ekonomi diberbagai sektor usaha.

- f. Kepastian dan peningkatan investasi pemegang saham melalui peningkatan laba perusahaan.<sup>64</sup>

## 6. Tujuan Didirikan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji

Dalam menjalankan sebuah roda organisasi sangat penting untuk dirumuskan sebuah perencanaan, karena dengan perencanaan tersebut akan memudahkan langkah apa yang akan dilakukan sebuah organisasi, bahkan tak sedikit ada yang mengatakan bahwa dalam pelaksanaan kinerja tergantung bagaimana perencanaan yang dibuat sebelumnya.

PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang notabeneanya merupakan sebuah organisasi yang bertujuan untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana, maka harus dilakukan sebuah perencanaan yang terukur dan program kerja yang benar-benar bisa bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya.

Hal ini diungkapkan oleh Bapak Yudi Catur Suroso, selaku pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji. Maksud dan Tujuan didirikannya PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji adalah sebagai berikut:

*“Pertama,* Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu.

*Kedua,* Memberikan kredit bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah. *Ketiga,* Menjalankan usaha-usaha lain dalam lapangan perbankan pada umumnya sejauhapa yang diperkenankan oleh pemerintah kepada Bank Perkreditan Rakyat, satu dan lain dalam arti kata yang seluas-luasnya.<sup>65</sup>

64 Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

65 Yudi catur suroso, Wawancara Jember Jember 07 Juni 2022

## 7. Struktur Organisasi

Susunan pengurus Bank berdasarkan Akta Notaris No. 27 tanggal 12 Desember 2018 dari Endy Indra Permana, SH, MKn dan telah dicatat pada administrasi pengawasan OJK dengan surat No. S-762/KO.0403/2018 tanggal 29 Desember 2018. Susunan pengurus Bank adalah sebagai berikut:<sup>66</sup>

**Tabel 4.1**  
**Struktur organisasi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

No	Nama	Jenis jabatan	Jenis klamin	Kantor
1	Yudi Catur Suroso	Pimpinan Cabang Rambipuji	L	Cab. Rambipuji
2	Sony H, S.E	Kasie Wilayah	L	Cab. Rambipuji
3	Imamil Alfiansyah	CSO	L	Cab. Rambipuji
4	Ismi Nurushobah, A.md	Pembukuan	P	Cab. Rambipuji
5	Maufidatul Hasanah	Kasir	P	Cab. Rambipuji
6	Galuh Aini A, S. Psi.	Admin Kredit	P	Cab. Rambipuji
7	Lukman Hakim	Account Officer	L	Cab. Rambipuji
8	Saiful Rohman	Account Officer	L	Cab. Rambipuji
9	Paiman	Account Officer	L	Cab. Rambipuji
10	Selamet Hariadi	Marketing Officer	L	Cab. Rambipuji
11	Solihin	Marketing Officer	L	Cab. Rambipuji
12	Nita Indirawati S.E	Marketing Officer	P	Cab. Rambipuji
13	Moch. Mursidi	Satpam	L	Cab. Rambipuji
14	Farhan Zakki	Umum (CS)	L	Cab. Rambipuji <sup>67</sup>

Jadi, keseluruhan jumlah pegawai PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji sebanyak 14 orang.

Adapun tugas pokok dan fungsi dari struktur organisasi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji adalah sebagai berikut:

<sup>66</sup> Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

<sup>67</sup> Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

### Pimpinan Cabang

- a. Menandatangani surat berharga atas nama bank serta memo/ warkat yang telah diparaf oleh pejabat yang berwenang dalam kegiatan Bank.
- b. Menetapkan dan menyetujui serta memerintahkan kepada petugas yang berwenang untuk melakukan penarikan, penyetoran, dan pemindah bukuan.

#### 1) Kasie Wilayah

- a) Memimpin dan mengawasi *Account Officer* dalam menjalankan tugas sehari-hari.
- b) Melaksanakan rencana kerja kredit yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- c) Menyiapkan daftar seluruh permohonan yang menjadi sasaran dari.
- d) rencana kerjanya, jika mungkin seluruh data yang relevan.

#### 2) *Customer Service*

- a) Siap membantu, gesit, dan tangkas melayani terhadap kebutuhan nasabah.
- b) Memberikan informasi yang benar tentang produk yang ada di PT. BPR ADY Cabang Rambipuji Jember.
- c) Melayani pembukuan rekening Deposito, Tabungan, dan pengajuan Kredit sesuai dengan permohonan nasabah.

## 3) Pembukuan

- a) Membubuhkan paraf pada bukti–bukti pembukuan bersama dengan direksi pejabat yang di tunjuk
- b) Menelaah nota–nota debet kredit yang belum lengkap di lihat oleh direksi maupun pejabat yang berwenang.

## 4) Kasir

- a) Membuka lemari besi tempat uang atau brangkas dan mengadakan opname kas setiap hari
- b) Membuka dan menutup salah satu pintu teralis besi pada ruang hasanah dan memegang kuncinya
- c) Merencanakan dan memperkirakan kebutuhan uang untuk transaksi satu hari termasuk yang kecil/logam dengan memperhatikan kebiasaan nasabah

## 5) Administrasi Kredit

- a) Menyiapkan laporan perkreditan ke OJK
  - b) Melaksanakan perhitungan bunga pinjaman secara teliti dan cermat
- 6) Account Officer (AO)
- a) Bertanggung jawab atas kelancaran pembayaran bunga dan biaya lain–lain yang menjadi kewajiban seorang kreditur.<sup>68</sup>
  - b) Bila kreditur sudah mulai kelihatan kesulitan, AO berkewajiban untuk menyelidiki dan segera memberikan

---

<sup>68</sup> Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji Jember.

saran–saran yang harus di ambil untuk menyelamatkan kredit yang telah di berikan.

7) *Marketing Officer* (MO)

- a) Membuat rencana kerja untuk masing–masing *Marketing Officer* dan melaksanakan dengan penuh tanggung jawab.
- b) Menerima setoran tabungan dari nasabah tabungan yang dikunjunginya.

8) Satuan Pengamanan

- a) Bertugas mengatur petugas yang harus berjaga selama 24 jam.
- b) Mengadakan pengecekan ulang atas pintu–pintu masuk kantor dan tempat–tempat lain pada saat tutup kantor.

9) *Cleaning Service*

- a) Melayani direksi dan karyawan dalam menjalankan tugasnya.
- b) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh direksi dan karyawan.<sup>69</sup>

**8. Perijinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

Adapun perijinan yang dimiliki PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji adalah sebagai berikut:

- a. Izin Usaha No. Kep-053/KM.13/1991 dikeluarkan oleh Departemen Keuangan RI tertanggal 25 Februari 1991.
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 01.486.369.0-651.000 yang dikeluarkan oleh Kantor Pelayanan Pajak Madya Malang.

---

<sup>69</sup> Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

- c. Tanda Daftar Perusahaan (TDP) Perseroan Terbatas No. 13.07.1.64.01171 oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan Sumber Daya Mineral Kabupaten Jember tertanggal 8 Mei 2013 dengan masa berlaku sampai dengan tanggal 3 Mei 2018.<sup>70</sup>

## B. Penyajian data dan analisis

Penyajian data merupakan bagian yang menggunakan data yang di hasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan *focus* masalah dan Analisa data yang relevan. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Secara berurutan akan disajikan data- data dari hasil penelitian yang mengacu pada *focus* penelitian.

### 1. Strategi Marketing Officer Dalam Peningkatan Sumber Dana di PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis.

Terminogi strategi pemasaran mengacu pada rencana perusahaan dalam mengalokasikan sumber dayanya dengan memposisikan produk atau jasa dan menargetkan kelompok konsumen spesifik guna

---

70 Sumber: PT. BPR AnugerahDharma Yuwana Cabang rambipuji jember

mendapatkan keuntungan. Strategi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan dan melibatkan perencanaan program-program pemasaran untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Perusahaan bergantung pada strategi pemasaran untuk mencanangkan lini produk atau jasanya, termasuk produk dan jasa baru.

Strategi *Marketing Officer* PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dalam meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah tabungan melalui strategi *Marketing Officer* yang mempengaruhi pendapatan, maka dari itu semakin besar jumlah yang dihasilkan oleh *Marketing Officer* dalam produknya yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADYRA), dan Deposito maka semakin besar dampak jumlah peningkatan dari tabungan dan nasabah.

a. Strategi Pasar

1) *Segmentation* (Segmentasi Pasar)

*Segmentening* Pasar merupakan proses pengelompokan pembeli yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Yang harus dipersiapkan dalam memilah dan memilih para calon nasabah yaitu *Marketing Officer* sendiri harus menguasai produk-produk apa yang akan kita tawarkan kepada nasabah setelahnya *Marketing Officer* dapat



membagi target di berbagai bagian dari para nasabah didalam pasar Rambipuji, nasabah di toko terdekat dan rumah warga disekitar wilayah Rambipuji dan pasar yang ada pada Rambipui dengan begitu *Marketing Officer* memahahi para calon produk apa yang akan atau mereka inginkan”<sup>71</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Memang benar apa yang dikatakan Bu Nita dengan yang harus dipersiapkan dalam memilih para calon nasabah yaitu *Marketing Officer* sendiri harus menguasai produk-produk apa yang akan kita tawarkan kepada nasabah setelahnya *Marketing Officer* dapat membagi target di berbagai bagian dari para nasabah didalam pasar Rambipuji, juga di bagian pasar Rambigundam dan toko-toko sekitarnya bapak hari melakukan jemput tabungan karena memang banyak nasabah yang menabung di bagian tabungan umum dan tabungan Tadyra”<sup>72</sup>

Bapak solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Benar adanya bahwa yang mereka katakan kesiapan dalam memahai apa yang akan ditawarkan pihak *Marketing Officer* harusnya mengetahui apa produk yang ada agar dengan mudah terjun menawarkan kepada nasabah dengan memperhatikan pelayanan yang diberikan dan komunikasi yang baik juga melihat sasaran yang akan dituju”.<sup>73</sup>

Strategi yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dalam pengelompokkan pembeli atau bisa di maksud *Segmentening* sangat diperlukan untuk mempermudah dalam memilah para nasabah dan mengetahui keinginan dan kebutuhan yang dibutuhkan.

71 Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

72 Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

73 Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

## 2) *Targeting* (Pasar/Sasaran)

*Targeting* merupakan mengavaluasi beberapa pasar yang telah dilakukan segmentasi untuk memudahkan penawaran dalam menentukan pasar yang akan digunakan sebagai target pemasaran produk sehingga tidak akan salah sasaran.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Sasaran untuk memberikan produk dan harga yang telah ditetapkan pasar rambipuji yang telah disesuaikan untuk para nasabah dan pengelompokan di bagian tabungan umum, tabungan Tadyra dan deposito di dalam pasar rambipuji diketahui banyaknya para nasabah untuk menabung di tabungan umum dan Tabungan Tadyra karena memang mudah dalam pengambilan dan memberikan pelayanan strategi jemput bola”.<sup>74</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Sasaran nasabah jangkauan lebih luas bukan hanya di pasar Rambipuji melainkan di pasar Rambigundam dan toko-toko sekitarnya bapak hari melakukan jemput tabungan karena memang banyak nasabah yang menabung di bagian tabungan umum dan tabungan Tadyra”.<sup>75</sup>

Bapak solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Sama halnya sasaran pak solihin juga di sekitar pasar rambipuji dan sekitarnya akan tetapi berbeda wilayah di tiap bagian *Marketing Officer* dilihat dari pengelompokan para nasabah bahwa nasabah yang menabung di tabungan Umum

74 Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

75 Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

lebih banyak dari pedagang kaki lima, toko sembako dan bengkel strategi untuk mencari saran dengan ketika sedang menjemput tabungan pak solihin ini sekedar tanya sapa dan juga di sempatkan mungkin ada sanad atau saudara yang mau menabung<sup>76</sup>.

Strategi dalam targeting ini dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mampu memberikan apa yang mereka inginkan *dan* butuhkan dengan produk yang telah ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan TADYRA dan Deposito melihat dari sasaran yang dituju dan dibutuhkan dari pihak nasabah yang ada di sekitar pasar Rambipuji.

### 3) *Positioning*

*Tindakan* merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dalam benak pelanggannya. *Positioning* merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya. Dengan menggunakan informasi dari persepsi itu dan dapat dikenali berbagai strategi penentuan posisi.

*Positioning* adalah suatu kegiatan menentukan posisi yang kompetitif untuk produk suatu pasar. Dengan kata lain, perusahaan harus menetapkan harga, tempat, produknya yang lebih dianggap mampu bersaing dengan para *pesaingnya* sehingga mampu menjadi produk yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen

---

76 Solihin , diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

maupun masyarakat. Kegiatan *Positioning* pasar ini dilakukan setelah menentukan segmen yang akan ditempatkan sebagai target produk.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Yang harus dipersiapkan yaitu *Marketing Officer* sendiri harus menguasai produk-produk apa yang akan kita tawarkan kepada nasabah setelahnya *Marketing Officer* dapat memahami para calon nasabah apa keinginan dan kebutuhan mereka untuk dari produk yang sudah ada dan melihat dari produk bank lain yang mereka tawarkan sehingga dapat memudahkan kinerja para *Marketing Officer*”.<sup>77</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Memang benar apa yang dikatakan Bu Nita dengan yang harus dipersiapkan dalam memilih para calon nasabah yaitu *Marketing Officer* sendiri harus menguasai produk-produk apa yang akan kita tawarkan kepada nasabah setelahnya *Marketing Officer* dapat membagi target di berbagai bagian dari para nasabah didalam pasar Rambipuji, juga di bagian pasar Rambigundam dan toko-toko sekitarnya bapak hari melakukan jemput tabungan karena memang banyak nasabah yang menabung di bagian tabungan umum dan tabungan Tadyra”<sup>78</sup>

Bapak solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Sama halnya sasaran pak solihin juga di sekitar pasar rambipuji dan sekitarnya akan tetapi berbeda wilayah di tiap bagian *Marketing Officer* dilihat dari pengelompokan para nasabah bahwa nasabah yang menabung di tabungan Umum

<sup>77</sup> Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

<sup>78</sup> Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

lebih banyak dari pedagang kaki lima, toko sembako dan bengkel strategi untuk mencari saran dengan ketika sedang menjemput tabungan pak solihin ini sekedar tanya sapa dan juga di sempatkan mungkin ada sanad atau saudara yang mau menabung bapak solihin juga mengatakan bahwa nasabah bermula kurangnya informasi yang didapat berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang mereka perlukan<sup>79</sup>.

Strategi dalam *Positioning* ini dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY *Jember* Cabang Rambipuji mampu melihat apa yang mereka butuhkan dan mempertahankan produknya diubah atau memberikan promo yang menarik dengan melihat tempat cukup dekat dengan pasar Rambipuji.

#### 4) *Diferensiasi*

Diferensiasi merupakan proses memodifikasi produk menjadi suatu *produk* yang berbeda dari para pesaingnya. Yang lebih bernilai dan memiliki kepuasan yang tinggi. Perusahaan harus mampu memiliki perbedaan dengan para pesaingnya baik dalam bentuk produk tersebut, sehingga masyarakat akan lebih mudah membedakan produk perusahaan yang lainnya.

*Berdasarkan* hasil dari wawancara dengan Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Yang harus dipersiapkan yaitu *Marketing Officer* sendiri harus menguasai produk-produk apa yang akan kita tawarkan kepada nasabah setelahnya *Marketing Officer* dapat memahahi para calon nasabah apa keinginan dan kebutuhan mereka untuk dari produk yang kita tawarkan

---

<sup>79</sup> Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

memaksimalkan melalui pelayan yang prima seperti menjemput nasabah karena lokasi bank BPR ADY ini berdekatan dengan pasar Rambipuji. Bank yang ketat dalam persaingan adalah BPR Nusamba, bank BRI dan Bank Rambi Artha Putra. untuk menghadapi para pesaing pihak *Marketing Officer* dengan menjemput nasabah agar memudahkan nasabah untuk menabung”.<sup>80</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Memang benar apa yang mereka katakan pesaing yang paling ketat adalah BPR Nusamba, bank BRI dan bank Rambi artha putra dalam strategi PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengedepankan dalam pelayan prima dengan strategi jemput bola sehingga para nasabah lebih mudah untuk menabung dan juga bapak hari menekankan bahwa lebih mengutamakan pelayanan prima”.<sup>81</sup>

Bapak solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dalam persaingan bukan hanya bank nusamba, bank rambi artha putra dan bank BRI melainkan ada juga bank perorangan yang memiliki tujuan yang sama seperti tabungan hari raya akan tetapi tabungan focus untuk menabung dengan ketentuan seperti menabung tiap hari senilai Rp.2000 dengan waktu yang ditentukan dan dapat diambil sembako atau berupa uang, dalam hal ini pihak *Marketing Officer* strategi dan produk-produk yang ada mereka juga membangun kepercayaan agar nasabah percaya para pekerja tidak akan membawa uang kabur atau hal yang buruk lainnya”.<sup>82</sup>

Strategi *Diferensiasi* ini dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji guna mempertahankan nasabah dan menjangkau ancaman dari Bank lain dengan menggunakan produk yang sudah ada yang dimaksimalkan dan

80 Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

81 Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

82 Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 16 juni 2022

strategi yang sudah ada lebih ataupun dalam segi pelayanan yang memprioritaskan dengan pelayanan prima.

b. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran (*marketing mix*) didefinisikan sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi penetapan master plan dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu dimana segmen pasar tersebut telah dijadikan pasar sasarannya untuk produk yang telah diluncurkan guna menarik konsumen melalui pembelian. Berikut merupakan rincian dari bauran pemasaran:<sup>83</sup>

1) *Product* (Produk)

Produk Menurut Philip Kotler, yang diterjemahkan oleh Kasmir pada bukunya yang berjudul Pemasaran Bank, adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau untuk dikonsumsi

yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Penentuan produk secara fisik yang berbentuk barang, merk yang akan ditawarkan, fitur yang ditawarkan dari produk tersebut, pembungkus, garansi, atau kelebihan-kelebihan lain yang akan diperlihatkan menjadi sebuah kelebihan dari produk tersebut sehingga dapat menarik minat masyarakat.

---

83 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),301.

Perencanaan produk harus secara spesifik yang nantinya akan dijual kepada masyarakat, pembentukan produk ini diharapkan juga memberikan manfaat bukan hanya bagi perusahaan saja namun juga bagi konsumen serta masyarakat.

Berdasarkan wawancara dari Yudi Catur Suroso selaku pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengatakan:

“Untuk produk yang ditawarkan oleh *Marketing Officer* ada 3 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADYRA) dan deposito untuk produk yang paling diminati yaitu tabungan umum dan TADYRA karena tabungan umum memiliki bunga yang bisa menarik para nasabah akan tetapi suku bunga *fluktuatif* mengikuti acuan dari kantor pusat dan untuk TADYRA tabungan ini memiliki ketentuan dan memiliki target supaya nasabah bisa dapat sembako atau bingkisan”.<sup>84</sup>

Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Benar adanya produk yang ditawarkan ada 3 produk Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADYRA) dan Deposito Bu Nita menekankan bahwa tabungan umum dan deposito memiliki bunga yang cukup efektif dalam menarik nasabah namun produk yang paling diminati adalah tabungan umum dan TADYRA karena tabungan umum dapat diambil dengan proses yang cepat dengan ketentuan dan sesuai kesepakatan Bersama. Dan untuk produk TADYRA tabungan ini tidak mendapatkan bunga akan tetapi mendapatkan bingkisan dan tabungan ini jangka waktunya selama 10 bulan baru bisa diambil tabungan dan bingkisannya dari jangka waktu”.<sup>85</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

---

84 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 juni 2022

85Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022



“Dari pemaparan keduanya memang benar dan produk yang ditawarkan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji di bagian *Marketing Officer* yaitu ada 3 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) dan Deposito dari produk tersebut produk yang paling diminati ada 2 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) karena tabungan umum ini memiliki bunga yang fluktuatif dan membuat nasabah tertarik untuk TADIRA ini banyak diminati karena memberikan bingkisan dan tiap tahun berbeda jangka waktu yang ditentukan adalah 10 bulan dan di bulan 6 nasabah tabungan TADIRA harus mencapai target yaitu Rp.3000.000 agar bisa mendapatkan bingkisan apabila nasabah tidak mencapai target di bulan 6 dan juga mencapai target di bulan akhir bulan ketentanan dengan jumlah Rp.5000.000 maka nasabah tidak mendapat bingkisan”.<sup>86</sup>

Bapak Solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dari pemaparan Bapak Yudi, Bu Nita dan Pak Hari memang benar apa yang mereka katakan bahwa produk yang paling diminati ada 2 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) tabungan ini tidak mendapatkan bunga akan tetapi mendapatkan bingkisan berupa sembako dan macam sembako ini ketentuan dari pihak bank”.<sup>87</sup>

**Tabel 4.2**

**Produk *Marketing Officer* di PT BPR ADY  
Cabang Rambipuji Jember**

No	Produk <i>Marketing Officer</i>	Jangka waktu
1	Tabungan Umum	Kesepakatan Bersama
2	Tadyra	10 bulan
3	Deposito	Mulai dari bulanan hingga 1 tahun sampai 5 tahun

Berdasarkan dari wawancara diatas bahwa produk yang paling diminati oleh nasabah di PT BPR ADY Jember Cabang

<sup>86</sup> Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

<sup>87</sup> Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 16 juni 2022

Rambipuji adalah 2 produk produk tabungan umum dan tabungan hari raya (TADYRA) dari ketiga informan bahwa para nasabah yang menabung PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji keperluannya dimasa mendatang.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji sangat memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga menyesuaikan lokasi dan produk yang ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra, dan deposito. Tabungan Umum menjangkau para pedagang yang mencari keuntungan dari bunga atau hanya menabung, Tabungan Tadyra atau bisa di sebut Tabungan ADY hari raya ini memiliki jangka waktu yang mulai dari 10 bulan dan memiliki target agar mendapat bingkisan atau uang tunai. Sedangkan, Depoito memiliki janka waktu mulai dari 1 bulan sampai 5 tahun.

## 2) *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa suatu perusahaan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi

mudah. Penetapan harga juga harus dapat mencerminkan produknya, melihat apakah produk tersebut dapat dipertimbangkan dengan harga yang telah ditetapkan, mencerminkan nilai kompetitif dari produk lainnya. Sehingga penetapan harga ini begitu penting bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan.

Berdasarkan wawancara dari Yudi Catur Suroso selaku pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengatakan:

“Untuk produk yang ditawarkan oleh *Marketing Officer* ada 3 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADYRA) dan deposito untuk ketetapan untuk produk yang paling diminati yaitu tabungan umum dan TADYRA karena tabungan umum memiliki bunga yang bisa menarik para nasabah akan tetapi suku bunga *fluktuatif* mengikuti acuan dari kantor pusat dan untuk TADYRA tabungan ini memiliki ketentuan dan memiliki target supaya nasabah bisa dapat sembako atau bingkisan”.<sup>88</sup>

Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Benar adanya produk yang ditawarkan ada 3 produk Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADYRA) dan Deposito Bu Nita menekankan bahwa tabungan umum dan deposito memiliki bunga yang cukup efektif dalam menarik nasabah namun produk yang paling diminati adalah tabungan umum dan TADYRA karena tabungan umum dapat diambil dengan proses yang cepat dengan ketentuan dan sesuai kesepakatan Bersama. Dan untuk produk TADYRA tabungan ini tidak mendapatkan bunga akan tetapi mendapatkan bingkisan dan tabungan ini jangka waktunya selama 10 bulan baru bisa diambil tabungan dan bingkisannya dari jangka waktu”.<sup>89</sup>

---

88 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 juni 2022

89Nita Indirawati, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dari pemaparan keduanya memang benar dan produk yang ditawarkan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji di bagian *Marketing Officer* yaitu ada 3 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) dan Deposito dari produk tersebut produk yang paling diminati ada 2 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) karena tabungan umum ini memiliki bunga yang fluktuatif dan membuat nasabah tertarik untuk TADIRA ini banyak diminati karena memberikan bingkisan dan tiap tahun berbeda jangka waktu yang ditentukan adalah 10 bulan dan di bulan 6 nasabah tabungan TADIRA harus mencapai target yaitu Rp.3000.000 agar bisa mendapatkan bingkisan apabila nasabah tidak mencapai target di bulan 6 dan juga mencapai target di bulan akhir bulan ketentuan dengan jumlah Rp.5000.000 maka nasabah tidak mendapat bingkisan”.<sup>90</sup>

Bapak Solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dari pemaparan Bapak Yudi, Bu Nita dan Pak Hari memang benar apa yang mereka katakan bahwa produk yang paling diminati ada 2 yaitu Tabungan Umum, Tabungan Hari Raya (TADIRA) tabungan ini tidak mendapatkan bunga akan tetapi mendapatkan bingkisan berupa sembako dan macam sembako ini ketentuan dari pihak bank BPR ADY dan juga memiliki paket bahan ada 3 yaitu pertama Rp.550.000 kedua Rp.600.000 ketiga Rp.650.000. Dan untuk produk Deposito memiliki jangka waktu dari 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 1 tahun. Apabila jatuh tempo dan tidak ada tindakan dari nasabah maka pihak bank BPR ADY akan melakukan tindakan dengan diperpanjang”.<sup>91</sup>

Harga yang ditawarkan oleh PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji memang fluktuatif mengikuti

<sup>90</sup> Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

<sup>91</sup> Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 16 juni 2022

aturan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai harga yang di tetapkan.

### 3) *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi (tempat) bagi suatu Lembaga keuangan adalah salah satu komponen yang sangat penting. Dalam pembukaan kantor, perusahaan harus mampu mengidentifikasi sasaran yang akan dituju, misalkan bagi Bank BPR yang berfokus pada UMKM maka akan lebih baik jika Bank BPR tersebut berada didekat pasar supaya nantinya *Marketing* bisa turun langsung mencari pelanggan dipasar yang akan menjadi target pemasarannya.

PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji yang bertempat di Jl, Samahudi yang sangat dekat dengan wilayah pasar merupakan peluang untuk mencari nasabah tidak luput juga Para *Marketing Officer* mencari lokasi di sekitarnya.

Berdasarkan dari wawancara dengan Bapak Yudi Catur Suroso selaku Pimpinan PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengatakan bahwa:<sup>92</sup>

” Berdasarkan ketetapan bahwa lokasi PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berada di Stand Ruko Pasar Rambipuji No. 9-11, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember, Jawa Timur dan merupakan salah satu kantor cabang dari PT BPR ADY Jember dapat dilihat bahwa tempat yang tersedia sangat strategis dekat dengan pasar

---

92 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 Juni 2022

Rambipuji dan rumah-rumah warga yang padat serta banyak toko-toko ataupun semacamnya karena itu mempermudah dalam kinerja dari *Marketing Officer* dalam mencari nasabah<sup>93</sup>.

Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing*

*Officer* juga mengatakan:

“Selain penjelasan yang dikatakan oleh bapak Yudi, cara lain yang kita gunakan adalah menebar brosur juga dengan menjemput bola, akan tetapi dalam mencari nasabah yang lebih utama adalah pihak kami harus memahami karakter tiap nasabah kebutuhan dan keinginan mereka dan kita juga memahami apa yang kita jual dan menguasai produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabah. strategi menebar brosur ini dilakukan pada saat akan menjemput nasabah dan ketika ada *event* dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji ataupun Ketika ada *event* yang berlokasi di lapangan rambipuji”<sup>94</sup>.

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dari kedua pemaparan yang dijelaskan memang benar strategi yang kita gunakan yaitu strategi jemput bola dan strategi menebar brosur selain dari itu kita juga menggunakan strategi ketok tular yaitu menanyakan saudara dan tetangga ataupun rekan kerja yang membutuhkan ataupun mempunyai keinginan untuk menabung atau deposito. Bapak hari juga menekankan bahwa strategi yang dilakukan juga harus memperhatikan dalam segi pelayan, kita harus memberikan pelayan prima kepada calon nasabah ataupun nasabah tetap”<sup>95</sup>.

Berdasarkan dari penjelasan bahwa strategi *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji sangat memperhatikan di *Place/* tempat agar dapat tercapainya tujuan sehingga memasarkan produk dengan maksimal.

93 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 juni 2022

94 Nita Indirawati, SE., diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

95 Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

#### 4) *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan *Marketing Mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan tempat. Dalam kegiatan ini setiap Lembaga Keuangan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan masyarakat dapat mengenal produk dan jasa dari perusahaan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik masyarakat. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik minat masyarakat serta mempertahankan para konsumennya.

Promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen (nasabah) akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan dimata para konsumennya dan masyarakat.

Tantangan dan peluang bagi lembaga keuangan tidak hanya seperti munculnya pesaing-pesaing baru tetapi juga dengan pembaruan teknologi, kemudahan bertransaksi, berbagai macam hadiah, promosi yang diberikan oleh pesaing lain dalam upaya meningkatkan persaingan yang ketat dan sebagainya.

Dalam mengatasi kesulitan-kesulitan tersebut ada dua hal yang harus dilakukan demi mempertahankan konsistensinya, yaitu

tetap mempertahankan apa yang sudah ada dan membuka cabang-cabang baru pada tempat-tempat yang dianggap strategis bagi target.

Berdasarkan dari wawancara dengan Bapak Yudi Catur Suroso selaku Pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengatakan bahwa:<sup>96</sup>

”Bapak Yudi mengatakan bahwa bapak Yudi menyarankan agar peneliti langsung wawancara kepada pekerja yang bersangkutan karena bapak yudi tidak terjun di bidang *Marketing Officer* melainkan di bidang *Accounting Officer* karena *Marketing Officer* ini memiliki strategi sendiri dalam mencari nasabah, meskipun *Marketing Officer* berlokasikan di PT. BPR ADY strategi yang didapat berdasarkan kantor pusat. dan bapak juga menjelaskan mengenai strategi yang dilakukan oleh PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji oleh *Marketing Officer* memiliki cara tersendiri dari berbagai pekerjaannya tapi untuk strategi umum yang dilakukan yaitu strategi jemput bola karena tempatnya yang cukup dekat dengan pasar Rambipuji maka pihak kami melakukan cara jemput bola karena jika tidak menjemput nasabah yang akan menabung masih memikirkan dagangannya yang mereka tinggal atau bisa jadi kedatangan para pembeli dan jika pihak nasabah datang langsung ke kantor akan sedikit yang akan menabung “.<sup>97</sup>

Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Selain penjelasan yang dikatakan oleh bapak Yudi, cara lain yang kita gunakan adalah menebar brosur juga dengan menjemput bola, akan tetapi dalam mencari nasabah yang lebih utama adalah pihak kami harus memahami karakter tiap nasabah kebutuhan dan keinginan mereka dan kita juga memahami apa yang kita jual dan menguasai produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabah. strategi menebar brosur ini dilakukan pada saat akan menjemput nasabah dan

96 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 Juni 2022

97 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 juni 2022



ketika ada *event* dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji ataupun Ketika ada *event* yang berlokasi di lapangan rambipuji”<sup>98</sup>.

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Dari kedua pemaparan yang dijelaskan memang benar strategi yang kita gunakan yaitu strategi jemput bola dan strategi menebar brosur selain dari itu kita juga menggunakan strategi ketok tular yaitu menanyakan saudara dan tetangga ataupun rekan kerja yang membutuhkan ataupun mempunyai keinginan untuk menabung atau deposito. Bapak hari juga menekankan bahwa strategi yang dilakukan juga harus memperhatikan dalam segi pelayan, kita harus memberikan pelayan prima kepada calon nasabah ataupun nasabah tetap”<sup>99</sup>.

Bapak Solihin selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Untuk strategi pemasaran perlunya menguasai produk produk yang akan ditawarkan dan juga banyak berlatih dalam berkomunikasi dengan orang baru agar dapat dengan mudah menarik para nasabah dan juga memahami lokasi yang akan dituju”<sup>100</sup>.

**Tabel 4.3**

**Strategi *Marketing Officer* dan promosi yang dilakukan di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

No	Strategi Marketing Officer	Cara/praktek yang dilakukan
1	Jemput Bola	Mendatangi para nasabah diberbagai tempat usahanya seperti di pasar, pedagang kaki lima, toko, sorum/ruko maupun rumah nasabah yang dekat dengan lokasi PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji
2	Menebar Brosur	Cara ini dapat dilakukan dimana saja supaya dapat menarik agar menjadi nasabah PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji car aini

98 Nita Indirawati, SE., diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

99 Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

100 Solihin, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 16 juni 2022

		dilakukan Ketika pada saat jembut bola atau adanya <i>Event</i> dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji
3	Ketok Tular	Praktek ini dilakukan dengan menanyakan kepada para nasabah lama ataupun nasabah baru menginginkan produk- produk yang ditawarkan oleh PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji

Strategi yang dilakukan *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji di bagian promosi ini sangat memberikan hasil dengan adanya strategi ini calon ataupun nasabah lama lebih lebih memberikan kemudahan dan faham akan produk-produk yang dijalankan.

Hasil dari wawancara yang telah dilakukan pada 4 narasumber mengenai strategi *Marketing Officer* ada 3 strategi yang dilakukan yakni dengan cara *jemput bola*, menebar brosur dan *ketok tular*. Untuk strategi jemput bola dilakukan dengan cara para pekerja dibidang *Marketing Officer* mendatangi para Nasabah yang lokasi dekat dengan jangkauan wilayah bank PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berdasarkan bank ini berlokasi di Rambipuji yang berdekatan dengan pasar maka *Marketing Officer* dapat dengan mudah tanpa menggunakan akses dan langsung terjun dilapangan kemudian para juga memperhatikan lokasi dan tempat dalam mencari nasabah.

Di dalam strategi *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji tentunya akan terjadi hal memperebutkan nasabah dengan bank lain, maka perlunya untuk

memperhatikan para pesaing agar strategi digunakan lebih efektif dan maksimal. Dalam hal ini kebanyakan nasabah yang dari orang-orang yang berdagang berlokasi di pasar Rambipuji sering mengalami kendala pada saat akan pergi menabung maka dari itu para *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji menjalankan strategi yaitu dengan jemput bola akan tetapi pesaing juga melakukan hal tersebut, sehingga perlunya marketing officer menerapkan pelayan prima dengan memahami karakter para nasabah dan mengetahui yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh nasabah.

## **2. Bagaimana Dampak strategi *Marketing Officer* Dalam Peningkatan Sumber Dana di PT BPR AnugerahDharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji**

Dalam penerapan strategi *Marketing Officer* seperti menebar brosur, ketok tular dan jemput bola pasti akan ada dampak terhadap peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji. Strategi yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji ternyata memiliki dampak positif terhadap sumber dana, yakni terjadi peningkatan terhadap sumber dana dari tahun ke tahun. Sumber dana bank merupakan usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat, perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari Lembaga lainnya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bank adalah Lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-

harinya bergerak dalam bidang keuangan, maka sumber- sumber dana bank juga tidak terlepas dari bidang keuangan itu sendiri. Untuk menopang kegiatan bank sebagai penjual atau memberikan pinjaman, bank harus membeli uang atau menghimpun dana sehingga dari selisih bunga tersebut bank memperoleh keuntungan.

Berdasarkan dari wawancara dengan Bapak Yudi Catur Suroso selaku Pimpinan PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengatakan bahwa:

”Bapak Yudi mengatakan bahwa sumber dana yang di hasilkan dari Tabungan Umum, Tabungan TADYRA dan Deposito berdasarkan sumber dana masyarakat sekitar yang berlokasi di Rambipuji, sumber dana ini akan putar Kembali dengan penyaluran kredit agar dapat memberikan keuntungan dalam tahun ini yaitu 2020-2021 ada kalanya tabungan dan jumlah nasabah mengalami peningkatan dan penurunan dan pada itu jumlah nasabah mengalami peningkatan beserta tabungan “. <sup>101</sup>

Bu Nita Indirawati, SE. selaku Kasie Wilayah di *Marketing Officer* juga mengatakan:

“Selain penjelasan yang dikatakan oleh bapak Yudi, memang benar adanya pada tahun 2020-2021 pada tabungan, Tadyra dan Deposito dan juga jumlah nasabah sama-sama meningkat akan tetapi pada bulan April terdapat penurunan karena pada saat itu bertepatan dengan hari raya maka banyak para nasabah tabungan umum dan Tadyra mengambil tabungan tersebut “. <sup>102</sup>

Bapak Slamet Hariadi selaku *Marketing Officer* juga mengatakan bahwa:

“Benar adanya yang dikatakan oleh bapak Yudi dan bu Nita, memang benar adanya pada tahun 2020-2021 pada tabungan, Tadyra dan Deposito dan juga jumlah nasabah sama-sama

101 Yudi Catur Soroso, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 07 juni 2022

102 Nita Indirawati, SE., diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 08 juni 2022

meningkat akan tetapi pada bulan April terdapat penurunan karena pada saat itu bertepatan dengan hari raya maka banyak para nasabah tabungan umum dan Tadyra mengambil tabungan tersebut”.<sup>103</sup>

Dari hasil wawancara mengenai strategi *Marketing Officer* terhadap peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi yang dilakukan adalah dengan cara menebar brosur, ketok tular dan jemput bola yang menghasilkan peningkatan selama tahun 2020 sampai 2021 dari hasil laporan tahunan yang diperoleh oleh peneliti.

**Tabel 4.4**  
**Daftar Pendapatan Tabungan Umum dan TADYRA di PT. BPR ADY**  
**Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021<sup>104</sup>**

No	Bulan	Jumlah Nasabah Tahun 2020	Jumlah nasabah tahun 2021	Pendapatan Tabungan tahun 2020 perbulan	Pendapatan Tabungan tahun 2021 perbulan
1	Januari	1.398	1355	6.324.061.898	7.208.172.677
2	Februari	1.388	1354	6.223.712.391	7.329.549.976
3	Maret	1.384	1348	5.919.930.901	6.691.141.759
4	April	1.142	1297	4.329.158.942	5.459.990.587
5	Mei	1.133	1387	4.201.296.619	5.802.901.114
6	Juni	1.337	1422	4.078.826.661	5.784.907.298
7	Juli	1.342	1422	5.056.163.744	5.990.155.906
8	Agustus	1.333	1421	5.224.889.774	6.190.189.853
9	September	1.330	1431	5.824.298.832	6.171.829.206
10	Oktober	1.330	1331	6.128.725.722	6.559.178.521

<sup>103</sup> Slamet Hariadi, diwawancarai oleh Oky Andrianto, Jember 15 juni 2022

<sup>104</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 08 juni 2022

11	November	1.328	1427	6.667.774.968	6.593.336.300
12	Desember	1.329	1425	6.747.193.592	6.817.939.868 <sup>105</sup>

Berdasarkan hasil laporan tahunan dan dari hasil wawancara ada masanya tabungan mengalami penurunan akibat dari tabungan yang diambil oleh para nasabah dan juga ada pula masa peningkatan, Pada bulan Januari tahun 2020 jumlah nasabah tabungan umum dan tabungan TADYRA mencapai 1.398 dan jumlah pendapatan yaitu Rp. 6.324.061.898 dan mengalami penurunan ketika pada bulan April, Mei dan Juni dikarenakan pada bulan Mei bertepatan dengan hari raya dan para nasabah pasti mengambil tabungannya, kebanyakan para nasabah mengambil tabungan untuk keperluan menjelang hari raya dan sesudahnya. Sehingga mengalami penurunan di bulan Juni senilai Rp, 2.245.235.237 dan kemudian pada bulan akhir mengalami peningkatan dengan nasabah berjumlah 1329 pendapatan mencapai Rp, 6.747.193.592.

Di bulan Januari pada tahun 2021 tabungan umum dan tabungan TADYRA nasabah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah 1355 dan pendapatan mencapai Rp, 7.208.172.677 dan ditahun 2021 ini juga mengalami penurunan yang terjadi di bulan Maret hingga bulan Juli untuk pendapatan di bulan Juli mencapai Rp, 5.056.163.744 dengan jumlah nasabah 1422 dan kemudian pada bulan

---

<sup>105</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 08 Juni 2022

desember pendapatan dari hasil tabungan umum dan tabungan TADYRA dengan jumlah nasabah 1425 dengan pendapatan Rp, 6.817.939.868.<sup>106</sup>

Strategi ini sudah dilaksanakan sejak awal berdirinya PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, yaitu menebar brosur, ketok tular dan jemput bola memberikan peningkatan terhadap perolehan pendapatan. Sesuai dengan teori dana yang berasal dari masyarakat luas merupakan ukuran keberhasilan bank dengan adanya peningkatan dalam sumber dana yang dilakukan oleh *Marketing Officer*.

**Tabel 4.5**  
**Daftar Pendapatan DEPOSITO di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021<sup>107</sup>**

No	Bulan	Jumlah Nasabah Tahun 2020	Jumlah Nasabah Tahun 2021	Pendapatan Deposito Tahun 2020 perbulan	Pendapatan Deposito Tahun 2021 perbulan
1	Januari	31	45	2.085.000.000	2.914.500.000
2	Februari	32	45	2.185.000.000	2.869.500.000
3	Maret	33	40	2.145.000.000	2.705.000.000
4	April	32	39	2.120.000.000	2.130.000.000
5	Mei	30	38	2.145.000.000	2.105.000.000
6	Juni	30	38	2.177.500.000	2.180.000.000
7	Juli	29	37	2.107.500.000	2.100.000.000
8	Agustus	29	37	2.107.500.000	2.160.000.000
9	September	30	39	2.107.500.000	2.260.000.000
10	Oktober	32	41	2.175.000.000	2.340.000.000

<sup>106</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 16 juni 2022

<sup>107</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 16 juni 2022

11	November	32	42	2.065.000.000	2.440.000.000
12	Desember	38	43	2.660.000.000	2.395.000.000

Berdasarkan hasil data tahun 2020 dan dari hasil wawancara dengan *Marketing Officer* diketahui deposito mengalami peningkatan dengan nasabah deposito dari 31 dan jumlah pendapatan Rp.2.085.000.000. di bulan Januari hingga bulan Desember dengan nasabah jumlah 38 mengalami peningkatan dengan jumlah 2.660.000.000.

a. Peningkatan Jumlah Nasabah

Dalam peningkatan jumlah nasabah sangat menentukan banyaknya jumlah tabungan yang dapat dihasilkan.

Strategi menebar blosur, ketok tular dan jemput bola merupakan strategi *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji untuk memasarkan produk-produk seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito strategi tersebut sangat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah tabungan dilihat

dari perolehan pada tahun 2020 pada bulan Januari jumlah Tabungan Umum dan Tadyra sebanyak 1398 nasabah dan juga Deposito terdapat 31 nasabah sedangkan tahun pada tahun 2021 terjadi peningkatan jumlah nasabah di Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra dengan jumlah nasabah mencapai 1425 dan juga Deposito mencapai 43 nasabah.



b. Peningkatan Jumlah Tabungan

Strategi yang dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji seperti menebar blosur, ketok tular dan jemput bola dilakukan untuk produk-produk yang ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito strategi tersebut sangat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah tabungan dilihat dari perolehan pada tahun 2020 pada bulan Januari jumlah Tabungan Umum dan Tadyra sebanyak Rp.6.324.061.898 Rupiah, dan juga Deposito terdapat Rp.2.085.000.000 Rupiah, sedangkan tahun 2021 terjadi peningkatan di Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra dengan jumlah tabungan mencapai Rp.6.817.939.868 Rupiah, dan juga Deposito mencapai Rp. 2.395.000.000.

**C. Pembahasan Temuan**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkenaan dengan strategi *Marketing Officer* dan dampak dalam peningkatan sumber dana di perusahaan PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji disimpulkan bahwa hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian ini. Oleh sebab itu, pembahasan temuan ini akan disesuaikan dengan sub yang menjadi pokok pembahasan guna mempermudah dalam menjawab

pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Hasil temuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Strategi marketing officer yang dilakukan oleh PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

Menurut Kotler dan Neil Armstrong strategi pemasaran yaitu logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dari konsumen

Menurut Philip Kotler strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran.<sup>108</sup>

#### a. Strategi Pasar

##### 1) *Segmentening* Pasar

*Segmentening* Pasar merupakan proses pengelompokan pembeli yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.

Strategi yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dalam pengelompokan pembeli atau bisa di maksud *Segmentening* sangat diperlukan untuk mempermudah dalam memilah para nasabah dan mengetahui keinginan dan kebutuhan yang dibutuhkan.

---

<sup>108</sup> Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>109</sup>

Pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh *Marketing Officer* dalam segmentasi terbukti sesuai dengan adanya teori yang dikatakan Philip Kotler oleh tersebut memberikan pengaruh dari strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mengenai pelaksanaan dalam proses pengelompokan pembeli yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.

## 2) *Targeting* (Pasar/Sasaran)

*Targeting* merupakan mengavaluasi beberapa pasar yang telah dilakukan segmentasi untuk memudahkan perencanaan dalam menentukan pasar yang akan digunakan sebagai target pemasaran produk sehingga tidak akan salah sasaran.

Strategi dalam *Targeting* ini dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mampu memberikan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan produk yang telah ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan TADYRA dan

---

109 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

Deposito melihat dari sasaran yang dituju dan dibutuhkan dari pihak nasabah yang ada di sekitar pasar Rambipuji.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>110</sup>

Pelaksanaan strategi ini dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji dalam *Targeting* terbukti sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa strategi pemasaran perlu adanya *Targeting* guna mengavaluasi beberapa pasar yang telah dilakukan segmentasi untuk memudahkan perencanaan dalam menentukan pasar yang akan digunakan sebagai target pemasaran produk sehingga tidak akan salah sasara dan diperkuat dengan data hasil wawancara.

### 3) *Positioning*

Tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dalam benak pelanggannya. *Positioning* merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap

---

110 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

produknya. Dengan menggunakan informasi dari persepsi itu dan dapat dikenali berbagai strategi penentuan posisi.

*Positioning* adalah suatu kegiatan menentukan posisi yang kompetitif untuk produk suatu pasar. Dengan kata lain, perusahaan harus menetapkan harga, tempat, produknya yang lebih dianggap mampu bersaing dengan para pesaingnya sehingga mampu menjadi produk yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen maupun masyarakat. Kegiatan *Positioning* pasar ini dilakukan setelah menentukan segmen yang akan ditempat sebagai target produk.

Strategi dalam *Positioning* ini dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji mampu melihat apa yang mereka butuhkan dan mempertahankan produknya diubah atau memberikan promo yang menarik dengan melihat tempat cukup dekat dengan pasar Rambipuji.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>111</sup>

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berdasarkan hasil data wawancara terbukti sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa strategi *Marketing*

---

111 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

*Officer* dalam peningkatan sumber dana bahwa *Positioning* adalah suatu kegiatan menentukan posisi yang kompetitif untuk produk suatu pasar. Dengan kata lain, *Marketing Officer* harus menetapkan harga, tempat, produknya yang lebih dianggap mampu bersaing dengan para pesaingnya sehingga mampu menjadi produk yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen maupun masyarakat.

#### 4) *Diferensiasi*

*Diferensiasi* merupakan proses memodifikasi produk menjadi suatu produk yang berbeda dari para pesaingnya. Yang lebih bernilai dan memiliki kepuasan yang tinggi. Perusahaan harus mampu memiliki perbedaan dengan para pesaingnya baik dalam bentuk produk tersebut, sehingga masyarakat akan lebih mudah membedakan produk perusahaan yang lainnya.

Strategi *Diferensiasi* ini dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji guna mempertahankan nasabah dan menjangkau ancaman dari Bank lain dengan menggunakan produk yang sudah ada yang dimaksimalkan dan strategi yang sudah ada lebih ataupun dalam segi pelayan yang memprioritaskan dengan pelayanan prima.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci

mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>112</sup>

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berdasarkan data hasil wawancara bahwa teori Philip Kotler sesuai dengan apa yang dilakukan *Marketing Officer* dalam strategi peningkatan sumber dana dalam *Diferensiasi* proses memodifikasi produk menjadi suatu produk yang berbeda dari para pesaingnya. Yang lebih bernilai dan memiliki kepuasan yang tinggi. Perusahaan harus mampu memiliki perbedaan dengan para pesaingnya baik dalam bentuk produk tersebut, sehingga masyarakat akan lebih mudah membedakan produk perusahaan yang lainnya.

#### b. Bauran Pemasaran

Dalam konteks ini, pihak bank melakukan hubungan dengan nasabah untuk mencari keuntungan dengan cara bank melakukan strategi dalam pemasaran untuk mencapai tujuan tertentu. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang dapat meliputi penetapan *master plan* dan mengetahui serta menghasilkan pelayanan produk yang memuaskan pada suatu segmen pasar tertentu dimana segmen pasar tersebut telah dijadikan pasar sasarnya untuk

---

112 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

produk yang telah diluncurkan guna menarik konsumen melalui pembelian. Seperti hal berikut:

1) *Product* (Produk)

Penentuan produk secara fisik yang berbentuk barang, merk yang akan ditawarkan, fitur yang ditawarkan dari produk tersebut, pembungkus, garansi, atau kelebihan-kelebihan lain yang akan diperlihatkan menjadi sebuah kelebihan dari produk tersebut sehingga dapat menarik minat masyarakat.

Perencanaan produk harus secara spesifik yang nantinya akan dijual kepada masyarakat, pembentukan produk ini diharapkan juga memberikan manfaat bukan hanya bagi perusahaan saja namun juga bagi konsumen serta masyarakat.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji sangat memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga produk yang ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra, dan deposito. Produk yang kompetitif adalah produk yang dibiayai tersebut laku di pasaran. Bunga yang ditawarkan bank dalam tabungan dan deposito fluktuatif mengikuti ketentuan LPS (Lembaga Pinjaman Syari'ah).

**Tabel 4.6**  
**Produk *Marketing Officer* di PT BPR ADY Cabang Rambipuji Jember**

No	Produk <i>Marketing Officer</i>	Jangka waktu
1	Tabungan Umum	Kesepatan Bersama
2	Tadyra	10 bulan
3	Deposito	Mulai dari bulanan hingga 1 tahun sampai 5 tahun



Berdasarkan teori Menurut Philip Kotler, yang diterjemahkan oleh Kasmir pada bukunya yang berjudul Pemasaran Bank, adalah sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau untuk dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Pelaksanaan yang dilakukan oleh *Marketing Officer* PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa sesuatu yang bisa ditawarkan di pasar untuk diperjual belikan dari kebutuhan dan keinginan sangat mempengaruhi strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana dan dikaitkan berdasarkan data hasil wawancara tersebut.

## 2) *Price* (Harga)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa suatu perusahaan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Dalam menentukan harga harus dipertimbangkan berbagai hal, misalnya tujuan penentuan harga tersebut, hal ini disebabkan dengan diketahuinya tujuan penentuan harga tersebut menjadi mudah. Penetapan harga juga harus dapat mencerminkan produknya, melihat apakah produk tersebut dapat dipertimbangkan dengan harga yang telah ditetapkan, mencerminkan nilai kompetitif dari produk lainnya.

Sehingga penetapan harga ini begitu penting bagi kelangsungan bisnis suatu perusahaan.

Harga yang ditawarkan oleh PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dalam produk yang di tawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra, dan deposito memang fluktuatif dalam harga yang ditawarkan mengikuti aturan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai harga yang di tetapkan.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>113</sup>

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dalam strategi peningkatan sumber dana sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa

dalam strategi pasar terdapat harga yang harus ditawarkan fluktuatif dalam harga yang ditawarkan mengikuti aturan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sesuai harga yang di tetapkan di di produk seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito pernyataan ini didasarkan dari data wawancara yang dilakukan tersebut.

---

113 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

### 3) *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi (tempat) bagi suatu Lembaga keuangan adalah salah satu komponen yang sangat penting. Dalam pembukaan kantor, perusahaan harus mampu mengidentifikasi sasaran yang akan dituju, misalkan bagi Bank BPR yang berfokus pada UMKM maka akan lebih baik berada didekat pasar supaya nantinya *Marketing* bisa turun langsung mencari pelanggan dipasar yang akan menjadi target pemasarannya.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji yang bertempat di Jl, Samahudi yang sangat dekat dengan wilayah pasar merupakan peluang dengan menjangkau nasabah tidak luput juga para *Marketing Officer* mencari lokasi di sekitarnya.

Berdasarkan teori Philip Kotler mengenai strategi pemasaran yaitu suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran penetapan posisi bauran pemasaran dan *bugget* untuk pemasaran.<sup>114</sup>

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dalam strategi peningkatan sumber dana sesuai dengan teori Philip Kotler bahwa dalam strategi pasar terdapat lokasi mampu mengidentifikasi sasaran yang akan dituju, misalkan bagi Bank BPR yang berfokus pada

---

114 Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* (Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga 2009),13-14.

UMKM maka akan lebih baik berada didekat pasar supaya nantinya *Marketing* bisa turun langsung mencari pelanggan dipasar yang akan menjadi target pemasarannya. Hal ini dilakukan oleh *Marketing Officer* berdasarkan data wawancara tersebut.

#### 4) *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan kegiatan *Marketing Mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan tempat. Dalam kegiatan ini setiap Lembaga keuangan berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Promosi juga berfungsi mengingatkan konsumen (nasabah) akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra perusahaan dimata para konsumennya dan masyarakat.

PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji juga sangat memperhatikan dalam promosi teknik ini sangat penting bagi *Marketing Officer* dalam mencari nasabah maka perlunya beberapa cara yang dilakukan agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan oleh bank tersebut.

Berdasarkan dari kajian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Desy Amalia (2020), bahwa pengaruh promosi dengan layanan

jemput bola minat nasabah bertransaksi yaitu 45.7% sisanya dipengaruhi dari factor-faktor diluar penelitian.

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dalam strategi peningkatan sumber dana sesuai dengan penelitian Desy Amalia bahwa promosi sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menabung, strategi promosi yang dilakukan *Marketing Officer* yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Strategi *Marketing Officer* dan promosi yang dilakukan di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

No	Strategi Marketing Officer	Cara/praktek yang dilakukan
1	Jemput Bola	Mendatangi para nasabah diberbagai tempat usahanya seperti di pasar, pedagang kaki lima, toko, sorum/ruko maupun rumah nasabah yang dekat dengan lokasi PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji
2	Menebar Brosur	Cara ini dapat dilakukan dimana saja supaya dapat menarik agar menjadi nasabah PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji car aini dilakukan Ketika pada saat jembut bola atau adanya <i>Event</i> dari PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji
3	Ketok Tular	Praktek ini dilakukan dengan menanyakan kepada para nasabah lama ataupun nasabah baru menginginkan produk- produk yang ditawarkan oleh PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji

Sedangkan hasil temuan dilapangan, persaingan pada PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji berdasarkan dari ketiga pekerja lebih mengutamakan pelayanannya, selain dari memahami karakter dan memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah. Para *Marketing Officer* juga menerapkan jemput bola dengan

menempatkan waktu seperti yang di lakukan Bapak Hari di tempat pasar Rambigundam, pasar ini beroperasi mulai dari jam 04.00 hingga 08.00 maka dari itu bapak hari mendatangi pada pagi hari pukul 05.30 dan melayani nasabahnya agar lebih mudah untuk menabung jika dibandingkan nasabah datang ke Bank mereka mesara malas karena jarak pasar Rambigundam dan bank BPR ADY Jember Cabang Rambipuji lumayan cukup jauh dan untuk Bu Nita ini berlokasi dilingkup pasar Rambipuji berdasarkan temuan bahwa bu nita slalu melakukan interaksi sekedar tanya kabar atau bertanya tentang dagangannya sehingga perlakuan ini membuat nasabah menjadi nyaman dan menjadi lebih mudah Bu Nita untuk menanyakan apabila ada sanad atau tetangga yang ingin menabung kemudian Bu Nita juga memberikan kemudahan untuk nasabah yang akan mengambil tabungan jika nasabah pada hari senin ingin mengambil tabungannya maka bisa diambil dihari selasa. Dan yang dilakukan bapak Sol juga sama dengan bu Nita dalam melayani nasabah terutama pada pedagang sembako dan warung pinggir jalan akan tetapi bapak Sol juga menempatkan pada tempatnya jika keadaan nasabah banyak pelanggan maka hanya mengambil tabungan tanpa banyak bertanya.

## **2. Dampak strategi Marketing Officer terhadap peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji**

Dalam penerapan strategi *Marketing Officer* seperti menebar brosur, ketok tular dan jemput bola pasti akan berdampak terhadap peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji. Strategi yang dilakukan marketing officer di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji ternyata memiliki dampak positif terhadap sumber dana, yakni terjadi peningkatan terhadap sumber dana dari tahun ke tahun. Sumber dana bank merupakan usaha bank dalam menghimpun dana dari masyarakat, perolehan dana ini tergantung dari bank itu sendiri, apakah dari simpanan masyarakat atau dari Lembaga lainnya. Hal ini sesuai dengan fungsinya bank adalah Lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya bergerak dalam bidang keuangan, maka sumber-sumber dana bank juga tidak terlepas dari bidang keuangan itu sendiri. Untuk menopang kegiatan bank sebagai penjual atau memberikan pinjaman, bank harus membeli uang atau menghimpun dana sehingga dari selisih bunga tersebut bank memperoleh keuntungan.

Menurut Kasmir sumber dana bank atau dari mana bank mendapatkan dana untuk keperluan operasinya dibedakan menjadi 3 sumber yaitu dana yang berasal dari bank itu sendiri, pinjaman dari bank lain dan masyarakat, Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan

perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat.<sup>115</sup>

Sumber dana merupakan dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Dana yang berasal dari masyarakat luas didapatkan dengan dilakukan dalam bentuk.<sup>116</sup>

Dari hasil wawancara mengenai strategi *Marketing Officer* terhadap peningkatan sumber dana di PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji, strategi yang dilakukan adalah dengan cara menerbar brosur, ketok tular dan jemput bola yang menghasilkan peningkatan selama tahun 2020 sampai 2021 dari hasil laporan tahunan yang diperoleh oleh peneliti.

**Tabel 4.8**  
**Daftar Pendapatan Tabungan Umum dan TADYRA di PT. BPR ADY**  
**Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021<sup>117</sup>**

No	Bulan	Jumlah Nasabah Tahun 2020	Jumlah nasabah tahun 2021	Pendapatan Tabungan tahun 2020 perbulan	Pendapatan Tabungan tahun 2021 perbulan
1	Januari	1.398	1355	6.324.061.898	7.208.172.677
2	Februari	1.388	1354	6.223.712.391	7.329.549.976
3	Maret	1.384	1348	5.919.930.901	6.691.141.759
4	April	1.142	1297	4.329.158.942	5.459.990.587
5	Mei	1.133	1387	4.201.296.619	5.802.901.114

115 Asrin Tandi. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

116 kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014* (Jakarta: PT RAJA GRAFINDO PERSADA 2016),58.

117 Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 08 juni 2022



6	Juni	1.337	1422	4.078.826.661	5.784.907.298
7	Juli	1.342	1422	5.056.163.744	5.990.155.906
8	Agustus	1.333	1421	5.224.889.774	6.190.189.853
9	September	1.330	1431	5.824.298.832	6.171.829.206
10	Oktober	1.330	1331	6.128.725.722	6.559.178.521
11	November	1.328	1427	6.667.774.968	6.593.336.300
12	Desember	1.329	1425	6.747.193.592	6.817.939.868

Berdasarkan hasil laporan tahunan dan dari hasil wawancara ada masanya tabungan mengalami penurunan akibat dari tabungan yang diambil oleh para nasabah dan juga ada pula masa peningkatan, Pada bulan Januari tahun 2020 jumlah nasabah tabungan umum dan tabungan TADYRA mencapai 1.398 dan jumlah pendapatan yaitu Rp. 6.324.061.898 dan mengalami penurunan ketika pada bulan April, Mei dan Juni dikarenakan pada bulan Mei bertepatan dengan hari raya dan para nasabah pasti mengambil tabungannya, kebanyakan para nasabah mengambil tabungan untuk keperluan menjelang hari raya dan sesudahnya. Sehingga mengalami penurunan di bulan Juni senilai Rp, 2.245.235.237 dan kemudian pada bulan akhir mengalami peningkatan dengan nasabah berjumlah 1329 pendapatan mencapai Rp, 6.747.193.592.

Di bulan Januari pada tahun 2021 tabungan umum dan tabungan TADYRA nasabah mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah nasabah 1355 dan pendapatan mencapai Rp, 7.208.172.677 dan ditahun 2021 ini juga mengalami penurunan yang terjadi di bulan Maret hingga bulan Juli untuk pendapatan di bulan Juli mencapai Rp,

5.056.163.744 dengan jumlah nasabah 1422 dan kemudian pada bulan desember pendapatan dari hasil tabungan umum dan tabungan TADYRA dengan jumlah nasabah 1425 dengan pendapatan Rp, 6.817.939.868.<sup>118</sup>

Strategi ini sudah dilaksanakan sejak awal berdirinya PT BPR ADY Jember Cabang Rambipuji.yaitu menebar brosur, ketok tular dan jemput bola memberikan peningkatan terhadap perolehan pendapatan. Sesuai dengan teori dana yang berasal dari masyarakat luas merupakan ukuran keberhasilan bank dengan adanya peningkatan dalam sumber dana yang dilakukan oleh *Marketing Officer*.

**Tabel 4.9**  
**Daftar Pendapatan DEPOSITO di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 dan 2021<sup>119</sup>**

No	Bulan	Jumlah Nasabah Tahun 2020	Jumlah Nasabah Tahun 2021	Pendapatan Deposito Tahun 2020 perbulan	Pendapatan Deposito Tahun 2021 perbulan
1	Januari	31	45	2.085.000.000	2.914.500.000
2	Februari	32	45	2.185.000.000	2.869.500.000
3	Maret	33	40	2.145.000.000	2.705.000.000
4	April	32	39	2.120.000.000	2.130.000.000
5	Mei	30	38	2.145.000.000	2.105.000.000
6	Juni	30	38	2.177.500.000	2.180.000.000
7	Juli	29	37	2.107.500.000	2.100.000.000
8	Agustus	29	37	2.107.500.000	2.160.000.000
9	September	30	39	2.107.500.000	2.260.000.000

<sup>118</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 16 juni 2022

<sup>119</sup> Data ini di ambil dari data tahunan yang diperoleh dari PT BANK BPR ADY Jember Cabang Rambipuji Jember, 16 juni 2022

10	Oktober	32	41	2.175.000.000	2.340.000.000
11	November	32	42	2.065.000.000	2.440.000.000
12	Desember	38	43	2.660.000.000	2.395.000.000

Berdasarkan hasil data tahun 2020 dan dari hasil wawancara dengan *Marketing Officer* diketahui deposito mengalami peningkatan dengan nasabah deposito dari 31 dan jumlah pendapatan Rp.2.085.000.000. di bulan Januari hingga bulan Desember dengan nasabah jumlah 38 mengalami peningkatan dengan jumlah 2.660.000.000.

a. Peningkatan Jumlah Nasabah

Dalam peningkatan jumlah nasabah sangat menentukan banyaknya jumlah tabungan yang dapat dihasilkan.

Berdasarkan dari kajian terdahulu penelitian yang dilakukan oleh Marcelinno Sandi, Mikhael Korengkeng (2022), bahwa strategi pemasaran efektif dan efisiensi meningkatkan jumlah nasabah.

Pelaksanaan yang dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT. BPR

ADY Jember Cabang Rambipuji dalam strategi peningkatan sumber dana sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Marcelinno Sandi, Mikhael Korengkeng berdasarkan hasil dari data dan wawancara.

Strategi menebar blosur, ketok tular dan jempur bola merupakan strategi *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji untuk memasarkan produk-produk seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito strategi tersebut sangat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah tabungan dilihat dari perolehan pada

tahun 2020 pada bulan januari jumlah Tabungan Umum dan Tadyra sebanyak 1398 nasabah dan juga Deposito terdapat 31 nasabah sedangkan tahun pada tahun 2021 terjadi peningkatan jumlah nasabah di Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra dengan jumlah nasabah mencapai 1425 dan juga Deposito mencapai 43 nasabah.

b. Peningkatan Jumlah Tabungan

Sinungan (1999) mengemukakan bahwa suatu badan usaha yang dianggap sukses dalam kontelasi perekonomian dan perdagangan adalah badan usaha yang dapat secara optimal memanfaatkan dana permodalan dari masyarakat.<sup>120</sup>

Pelaksanaan yang dilakukan *Marketing Officer* di PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dalam strategi peningkatan sumber dana sesuai dengan Sinungan bahwa peningkatan jumlah tabungan berdasarkan permodalan masyarakat yang di hasilkan dari produk yang tersedia Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito.

Strategi yang dilakukan oleh *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji seperti menebar blosur, ketok tular dan jempot bola dilakukan untuk produkproduk yang ditawarkan seperti Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito strategi tersebut sangat memberikan dampak terhadap peningkatan jumlah tabungan dilihat dari perolehan pada tahun 2020 pada bulan januari jumlah

---

120 Asrin Tandi. Tri Ratnawati. Tajuddin Malik, *Pengaruh Sumber Dana Dan Kolektibilitas Kredit Terhadap Alokasi Kredit Dan Kinerja Keuangan Bank Pengkreditan Rakyat Di Sulawesi Selatan* (Jurnal Fakultas Ekonomi Unuversitas 17 Agustus 1945 Surabaya),2-3.

Tabungan Umum dan Tadyra sebanyak Rp,6.324.061.898 Rupiah, dan juga Deposito terdapat Rp,2085.000.000 Rupiah, sedangkan tahun pada tahun 2021 terjadi peningkatan di Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra dengan jumlah tabungan mencapai Rp,6.817.939.868 Rupiah, dan juga Deposito mencapai Rp, 2.395.000.000.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Strategi *Marketing Officer* dalam meningkatkan sumber dana nasabah di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji tahun 2020-2021 dengan dua focus masalah:

1. Strategi bersifat terus menerus mengalami peningkatan sesuai keinginan serta yang diharapkan konsumen, di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Strategi yang dilakukan oleh *Marketing Officer* adalah strategi Produk, Tempat, Harga dan Promisi dengan cara Menebar Brosur, Ketok Tular dan Jemput Bola memberikan peningkatan terhadap setiap tahunnya dan memberikan dampak pada tahun ini.
2. Hasil dari penelitian dengan dampak dari strategi *Marketing Officer* menghasilkan jumlah nasabah pada *Marketing Officer* di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji mengalami peningkatan rata-rata adalah sebanyak 1.333. perbulannya diantaranya nasabah lama dan nasabah baru dengan juga mengalami peningkatan pendapatan Tabungan Umum, Tabungan Tadyra dan Deposito menacapai sebesar Rp, 8.409.061.898 maka sangat memiliki dampak kepada perusahaan.

## B. Saran- saran

Dengan terselesainya penulisan skripsi ini ditinjau dengan penemuan dan fakta yang telah peneliti temukan, maka saran yang dapat peneliti ajukan yang bisa bermanfaat diantaranya:

1. Kepada pihak PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji

Agar strategi *Marketing Officer* yang dilakukan di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji menjadi lebih maksimal dan memberikan pendapatan yang tinggi dengan adanya strategi menerbar brosur, ketok tular dan jemput bola maka perlu adanya penambahan karyawan agar lebih mudah melakukan strategi tersebut dan dapat pula mempengaruhi pendapatan di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji.

2. Kepada pihak ketiga

Bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama atau objek yang sama dan akan menggunakan skripsi ini sebagai referensi terdahulu, maka kiranya perlu untuk dikaji kembali, karena tidak menutup kemungkinan akan terdapat beberapa pertanyaan-pertanyaan yang kurang sesuai, kami selaku peneliti masih banyak kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affan ghaffar, 2021. *strategi pemasaran tabungan hari raya (TAHARA) di BPR Majalengka*, Dosen FAKULTAS UNIKA SANTO THOMAS MEDAN.
- Awanda anjayani, 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung Di KSPPS Hanada Quwais Sanada KC. Purwokerto*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROFESOR KYAI HAI SAIFUDDIN ZUHRI PURWEKERTO.
- Darwis Tamba, Betniar Purba, 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Pada PT. Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Pijer Podi Kekelengen Cabang Medan*, DOSEN FAKULTAS EKONOMI UNIKA SANTO THOMAS MEDAN,
- Desy Amalia Institute, tahun 2020. *Pengaruh Promosi Dengan Layanan Jemput Bola Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Pembiayaan Mudharabah di Baitul Maal Wa Tamwil Daarussalam Kuala Pembuang*. Agama Islam Negeri Palangka Raya
- Dwi astuti JS, Pengaruh profitabilitas, SKRIPSI UNEJ 2010-2013 *risiko kredit dan tingkat suku bunga SBI terhadap rasio kecukupan modal pada BPR se- kabupaten JEMBER*
- Fitriana Wulandari, 2018. *Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan System Jemput Bola Pada BMT Fajar Kota Metro*, INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
- Fred R David forrest R David, 2015 *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15* Jakartaselatan: penerbit salemba empat
- Hasan Basri, 2020. *Strategi Pemasaran Untuk Mengoptimalkan Penjualan Pada Produk Sapu (Dua Singa) Di Desa Gadingsari Kecamatan Pakem Kabupaten Bondowoso*. Institute Agama Negeri Islam Jember
- Indriyani FJ, Jember 07 juni 2022. diwawancarai oleh Oky Andrianto
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lailatul Mukarromah Ida Bagus Badjra, FEBI UNIVERSITAS UDAYANA 2011-2013 *Pengaruh Pertumbuhan Tabungan, Deposito, Dan Kredit*



*Terhadap Pertumbuhan Profitabilitas Pt Bpr Partakencana Tohpati Denpasar*

Marcelinno Sandy Mikhael Korengkeng, 2022 Willem J. F. A Tumbuan, *Analisis Strategi Pemasaran Jasa Pada Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matua*, UNIVERSITAS SAM RATU LANGI.

Maryam Suleman, Azhar J. Habu dkk, 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Mengajukan Pinjaman Dana Pada PT. BPR PARO Dana*. PASCA SARJANA IAIN AMAI SULTAN GORONTALO.

Maskur Arif, Sabri Dkk 2020. *SWOT Analisis Dan Matrik SWOT Analisi Dalam Rangka Pemasaran Produk Pendaan Bank*, (STUDI PT. BPR RANGKIANG AUR) STIE HAJI AGUS SALIM

Moleong, Lexy J. 1990. *Metode Peneitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nasution, S. 1982. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Bandung: Jemmars.

Nur Farida Amalia, 2020. *Strategi Penawaran Kredit Dan Dampaknya Terhadap Asset Perusahaan pada PT BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji*. Institute Agama Negeri Islam Jember

Penyusun IAIN Jember. 2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.

Philip Kotler Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1* Ciracas Jakarta: Penerbit Erlangga

Rara Riezka Hidayati, Doni Marlius, 9 desember 2010. *Aktivitas Promosi Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) tang Kapas Pesisir Selatan*.

Selly ayu merdekawati, 2015. *Strategi Pemasran Produk Pembiayaan iB BDW Modal Kerja di BPRS Syariah Bangun Drajat Warga (BDW) Yogyakarta* Universitas Islam Negrisonan Kalijaga Yogyakarta

Slamet Hariadi, Jember 07 juni 2022. diwawancarai oleh Oky Andrianto

Solihin, Jember 07 juni 2022. diwawancarai oleh Oky Andrianto

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

T Prasetyo Hadi Atmoko, 2018. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta*. Akademi Pariwisata Yogyakarta

Wahyu Koesdewata Elly, Dkk. Unmuh Jember vol.7 no.2 desember 2017 *Kajian Finansial Lansung Dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Banyuwawngi* JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)

Yudi Catur Soroso, Jember 07 juni 2022. diwawancarai oleh Oky Andrianto.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## SURAT PERNYATAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oky Andrianto  
NIM : E20161116  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember


Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI MARKETING OFFICER DALAM PENINGKATAN SUMBER DANA DI PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI TAHUN 2020 s/d 2021”** ini adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 16 Desember 2022

Saya yang menyatakan

UNIVERSITAS  
KIAI HAJI ACHMAD  
SIDDIQ JEMBER



  
**Oky Andrianto**  
NIM. E20161116

## MATRIK PENELITIAN

Judul	Permasalahan	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
Strategi Marketing Officer Dalam Peningkatan Sumberdana Nasabah Di Pt. Bpr Anugerahdharma Yuwana Cabang Rambipuji Jember Tahun 2010 S/D 2021	<p>a. Bagaimana strategi marketing officer (MO) untuk mencapai sumber dana nasabah yang optimal di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember.</p> <p>b. Bagaimana peningkatan sumber dana nasabah di PT. Anugerah Dharmayuwana Cabang Rambipuji Jember yang dilakukan oleh marketing officer (MO).</p>	<p>a. Strategi marketing dalam mencapai target</p> <p>b. Macam-macam sumber dana nasabah dalam peningkatan</p>	<p>a. Strategi marketing dalam mencapai target : Dapat mengetahui strategi peningkatan sumber dana nasabah</p> <p>b. Macam-macam sumber dana nasabah dalam peningkatan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. tabungan hari raya (TADIRA)</li> <li>2. tabungan umum</li> <li>3. deposito</li> </ol>	<p>a. subjek penelitian: strategi peningkatan sumber dana nasabah BPR ADY Rambipuji Jember</p> <p>b. informan penelitian marketing officer BPR ADY Rambipuji Jember</p> <p>c. kepustakaan</p>	<p>a. jenis penelitian: penelitian strategi dan peningkatan</p> <p>b. metode pengumpulan data :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. observasi</li> <li>2. data</li> <li>3. wawancara</li> <li>4. dokumentasi</li> </ol> <p>c. analisis data kualitatif deskriptif dengan rumus:</p> <p>a. peningkatan sumber dana :</p> $\text{equivalent rate} = \frac{\text{pn} \times \text{jn} \times 100\%}{\text{saldo} \times 30}$ <p>ket :</p> <p>pn : pendapatan nasabah jn : jumlah nasabah</p>

## PEDOMAN WAWANCARA

### 1. Kepada pimpinan di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji

- a. Sejak tahun berapakah Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji dibangun?
- b. Bagaimana sejarah dan latar belakang Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- c. Apa visi dan misi Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- d. Berapa jumlah pegawai dan staff saat ini?
- e. Berapa pegawai di bagian *Marketing Officer* di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- f. Bagaimana strategi *Marketing Officer* di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- g. Produk apa yang sedang dijalankan di *Marketing Officer* di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- h. Produk apa yang paling diminati di *Marketing Officer*?
- i. Apa saja persyaratan untuk menjadi nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- j. Bagaimana peningkatan dalam strategi yang dilakukan *Marketing Officer* di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?

- k. Bagaimana dampak strategi *Marketing Officer* dalam peningkatan sumber dana di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?

**2. Kepada pegawai di bidang *Marketing Officer* di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji**

- a. Apa saja strategi yang dilakukan *Marketing Officer* dalam peningkatan Sumber dana di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- b. Produk apa saja yang ada di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- c. Produk apa yang paling diminati oleh nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- d. Apa saja persyaratan untuk menjadi nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- e. Bagaimana strategi yang digunakan dalam menghadapi persaingan dengan bank lain?

**3. Kepada nasabah *Marketing Officer* di PT, Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji**

- a. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- b. Apakah produk- produk yang paling diminati di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- c. Dari produk tersebut apakah ada kendala?

- d. Apa alasan sehingga memilih menjadi nasabah di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?
- e. Apa strategi jemput bola memberikan kenyamanan yang dilakukan *Marketing Officer* di Bank Pengkreditan Rakyat Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## LAMPIRAN NAMA-NAMA NASABAH MARKETING OFFICER DI

### PT. BPR ADY JEMBER CABANG RAMBIPUJI

- a. Muhammad Ali selaku toko baju di dalam pasar bapak ini menjadi nasabah sudah sebelas tahun berjalan bapak ali mengatakan dari diwawancara oleh penulis bahwa memang produk yang bapak ali minati di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yaitu tabungan umum karena dapat diambil kapan saja dan selama ini saya menjadi nasabah.
- b. Ika selaku toko emas di dalam pasar Ibu ini menjadi nasabah selama 3 tahun berjalan Ibu Ika ketika diwawancarai oleh penulis mengatakan bahwa produk yang di minati di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji oleh *Marketing Officer* yaitu tabungan umum karena dapat diambil jika sedang membutuhkan dan dapat diambil sewaktu- waktu.
- c. Sistra Ningsih selaku pedagan toko baju Ibu Ningsih nasabah lama dari tahun 2010 sampai sekarang dan produk yang paling diminati di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji oleh *Marketing Officer* yaitu tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan,
- d. Sri Swarni selaku toko peralatan rumah bu sri adalah nasabah yang mulai menabung dari 2010 Ibu Sri ini menabung tabungan Umum karena memang di tabungan umum dapat diambil sewaktu- awktu dan juga diantarkan ke pasar jika nominal tidak terlalu besar.
- e. Dwi Ratna selaku toko baju menjadi nasabah mulai dari tahun 2012 sampai sekarang bu Ratna menabung tabungan umum karena memang dapat diambil sewaktu-waktu dari tahun awal menadi nasabah tidak



mendapati permasalahan dalam produk yang ditawarkan dan pengambilan tabungan.

- f. Halimah selaku penjual gorengan didalam pasar menjadi nasabah selama 5 tahun berjalan dan untuk produk yang ditawarkan BPR ADY Jember Cabang Rambipuji oleh *Marketing Officer* bu Halimah menabung Tabungan Umum karena memang dapat diambil sewaktu- waktu.
- g. Ahmad Sudori selaku pedagang kelontong menjadi nasabah selama 5 tahun berjalan dengan menabung di Tabungan Umum dan tabungan Tadyra dan juga Bapak Sudori ini melayani penitipan tabungan dari para pelanggannya untuk menabung dibank BPR ADY Jember Cabang Rambipuji karena para pelanggannya datang pada jam 04.30,
- h. Siti Maisyaroh selaku penjual jajanan basah di dalam pasar merupakan nasabah lama yang menabung selama 10 tahun lebih dan Ibu Siti ini menabung di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji di produk Tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan dan dapat diambil sewaktu- waktu dalam 10 tahun ini Ibu Siti tidak mendapati permasalahan dan juga mengapresiasi untuk strategi jemput bola yang dilakukan *Marketing Officer* karena sangat membantu dalam menabung.
- i. Yuli selaku pedagang ayam didalam pasar adalah nasabah yang menabung dari tahun 2012 Ibu Yuli ini menabung di produk Tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan dan juga kalo tidak terlalu banyak bisa diantarkan ketempatnya.

- j. Zainab selaku pemilik toko baju sudah menjadi nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji selama 10 tahun Bu Zainab menabung di produk Tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan sewaktu- waktu.
- k. H. Rosid selaku toko baju adalah nasabah yang mulai dari tahun 2015 H. Rosid ini menabung di produk Tabungan Umum karena bisa di ambil dengan mudah, H. Rosid juga tidak mendapati permasalahan yang ditemuinya selama menjadi nasabah 7 tahun berjalan ini karena memang pelayan yang di lakukan oleh *Marketing Officer* di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji sangat baik dan juga sangat membantu dengan adanya strategi Jemput Bola karena memberikan kemudahan dalam menabung.
- l. Sugiono selaku toko sepatu didalam pasar merupakan nasabah yang selama waktu kurang lebih 10 tahun berjalan Bapak Sugiono menabung di produk Tabungan Umum dan Tadyra bapak Sugiono tidak menemui permasalahan selama menjadi nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji karena memang pelayann yang baik dan karena juga adanya strategi Jemput Bola yang dilakukan *Marketing Officer*.
- m. Nur Murtafi'ah selaku penjual jajanan basah di dalam pasar juga merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji selama waktu 10 tahun berjalan dan memulai menabung lagi dari 3 bulan ini karena penjualan mengalami pasang surut.
- n. Abdul Mu'in selaku conter di di samping lapangan Rambipuji merupakan nasabah dari BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari

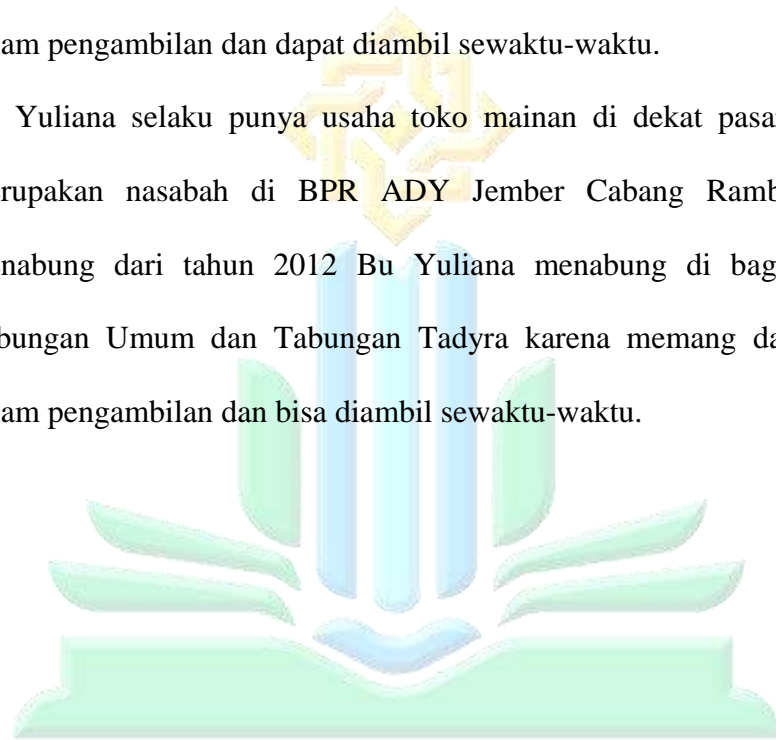
tahun 2011 sampai sekarang, Pak Mu'in menabung di produk Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra.

- o. Bu Fitria selaku pedagang cilok dan es merupakan nasabah dari BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2010 sampai sekarang, Bu Fitria menabung dibagian produk tabungan umum karena memang dapat diambil apabila dibutuhkan dan pula dapat diambil kapan saja.
- p. Bu Asri Anik selaku penjahit merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2016 Bu Asri ini dulu pernah vakum karena memang arus penjualan dan pemesanan memang menurun dikarena adanya wabah Corona dan di 2 tahun ini mulai menabung lagi, Bu Asri menabung di produk Tabungan Umum karena memang dapat diambil sewaktu-waktu dan mudah dalam pengambilannya.
- q. Slamet Budihartono selaku pedagang cilok yang bertempat di panti merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2018, Bapak Slamet menabung di bagian produk Tabungan Umum dan tabungan Tadyra karena memang dapat diambil Ketika keperluan mendesak di produk Tabungan Umum dan juga Bapak Slamet mencari keuntungan di produk Tabungan Tadyra.
- r. Bu Astuti selaku toko sembako yang berlokasi di panti merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2002 merupakan nasabah yang juga pernah vakum karena memang ada kendala.

- s. Irham Hakiki merupakan penjual jajanan basah Bapak Ilmam menjadi nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2005 yang menabung dibagian Tabungan Umum karena memang dapat diambil sewaktu-waktu dan mudah dalam pengambilan.
- t. Budi merupakan menyediakan pelayanan foto copy dan menjual ATK yang bertempat di panti merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2015, banyak para tetangga yang menitipkan tabungan di tempatnya, Bapak Budi menabung di bagian produk Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra karena memang mudah dalam pengambilan dan bisa diambil sewaktu-waktu.
- u. Bu Fitri merupakan pedagang sembako yang bertempat di daerah panti dan merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2022, Bu Fitri menabung di bagian produk Tabungan Umum karena memang dapat diambil sewaktu-waktu dan mudah dalam pengambilannya, Bu Fitri ini juga nasabah lama akan tetapi beberapa tahun ini vakum dan mulai menabung lagi ditahun ini.
- v. Bu Hikmah selaku mempunyai usaha toko elektronik yang bertempat di rambipuji juga merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2012 Bu Hikmah menabung di bagian produk Tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan dan dapat diambil sewaktu-waktu jika diperlukan.
- w. Bu Yayuk selaku pedagang sosis merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2012 yang menabung

dibagian produk Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra karena memang dapat diambil sewaktu-waktu dan mudah dalam pengambilan.

- x. Bu Sutarsih selaku pedagang kelontong merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2011 yang menabung di bagian produk Tabungan Umum karena memang mudah dalam pengambilan dan dapat diambil sewaktu-waktu.
- y. Bu Yuliana selaku punya usaha toko mainan di dekat pasar rambipuji merupakan nasabah di BPR ADY Jember Cabang Rambipuji yang menabung dari tahun 2012 Bu Yuliana menabung di bagian produk Tabungan Umum dan Tabungan Tadyra karena memang dapat mudah dalam pengambilan dan bisa diambil sewaktu-waktu.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/11/2022 10 November 2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Oky Andrianto  
NIM : E20161116  
Semester : XII (Tiga Belas)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi *Marketing Officer* dalam Peningkatan Sumber Dana di PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji Tahun 2020 s/d 2021 di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
  
Nurul Widyawati





**PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER  
CABANG RAMBIPUJI**

Stand Ruko Pasar Rambipuji No.9-11 Rambipuji - Jember  
No. Telp 0331- 712036, email : adlyrambipuji@yahoo.com

Rambipuji, 16 Desember 2022

Nomor : 6560/UM/ADY.JBR/RBJ/XII/2022  
Lampiran :-

Kepada Yth.  
**Sdr. Dekan UIN KHAS Jember**  
Jl Mataram No 1 Mangli – Jember

Dengan Hormat,

Yang Bertanda Tangan Dibawah ini :

Nama : Sony Herwanto, SE  
Alamat : Perum Tegal Besar Raya H-4 Jember  
Jabatan : Pemimpin Cabang

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan dibawah ini :

Nama : Oky Andrianto  
NIM : E20161116  
Judul Penelitian : STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DANA DI PT BPR  
ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI  
TAHUN 2020 - 2021

Benar – benar telah melakukan penelitian pada **PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA  
JEMBER CABANG RAMBIPUJI** terhitung sejak tanggal 07 Juni 2022 s.d 26 Agustus 2022.

Demikian atas kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

Hormat Kami,







PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER  
CABANG RAMBIPUJI

**Sony Herwanto, SE**  
Pemimpin Cabang

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI

Jl Samahudi No 9-11 Stan Ruko Pasar Rambipuji Jember Jawa Timur 68152

No	Hari Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1	07-Juni-2022	Pemohonan izin untuk penelitian di PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
2	8-Juni-2022	Wawancara kepada bapak Yudi Catur Suroso selaku pimpinan cabang PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
3	9-Juni-2022	Wawancara kepada bapak Selamat Hariadi selaku Marketing Officer PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
4	10-Juni-2022	Wawancara kepada bapak Solihin selaku Marketing Officer PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
5	10-Juni-2022	Wawancara kepada bu Nita Indirawati, S.E selaku Marketing Officer dan ambil data jumlah nasabah Marketing Officer di produk tabungan umum dan tabungan Tadyra di PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
6	16-Juni-2022	Ambil data nasabah Marketing Officer di produk deposito pada PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	
7	26-Agustus-2022	Wawancara kepada nasabah marketing officer PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Cabang Rambipuji	

Jember, 01 September 2022

Mengetahui



  
PT. BPR ANUGERAH DHARMA YUWANA JEMBER CABANG RAMBIPUJI

Yudi Catur Suroso  
Pimpinan Cabang



## DOKUMENTASI PENELITIAN



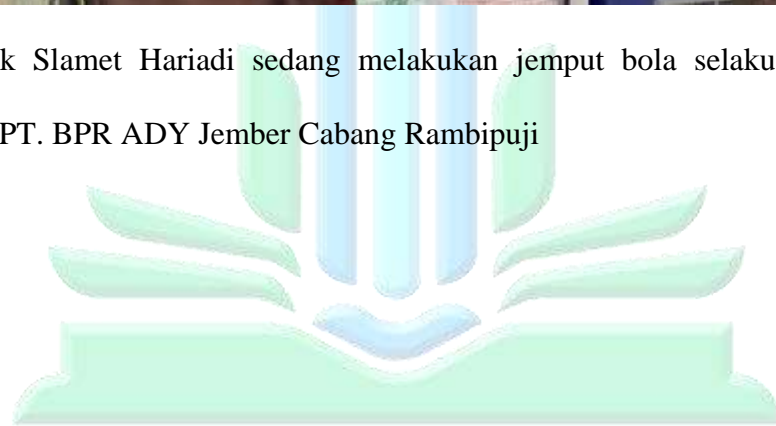
Keterangan: foto Bersama para pekerja dan pemimpin di PT. BPR ADY Jember  
Cabang Rambipuji



Ket: foto Bersama bapak Yudi Catur Suroso selaku pimpinan di PT. BANK BPR  
ADY Jember Cabang Rambipuji



Ket: bapak Slamet Hariadi sedang melakukan jemput bola selaku *Marketing Officer* di PT. BPR ADY Jember Cabang Rambipuji



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BIODATA



### A. Data Pribadi

Nama : Oky Andrianto  
Nim : E20161116  
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 04 Juni 1996  
Alamat : Jl. Kertanegara RT/RW : 009/002  
Desa Curah Malang Kec. Rambipuji  
Kab. Jember  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Progam studi : Perbankan Syari'ah  
Email : okyandrianto684@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

SD : MIMA Miftahul Huda  
SMP : SMP 03 Balung  
SMA : SMK 05 JEMBER  
Perguruan Tinggi : UIN KHAS Jember

### C. Riwayat Organisasi

PMII Rayon Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IMAC Ikatan Mahasiswa Curah Malang