

**STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADI'AH  
DIKANTOR KAS BPR SYARIAH BESUKI**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Nurul Qomariyah**  
**Nim : E20171099**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
2023**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADIAH  
DIKANTOR KAS BPR SYARIAH BESUKI**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**Nurul Qomariyah**  
**Nim : E20171099**

Disetujui Pembimbing



**Siti Khodijah, M.Pd.**  
**NIP: 198609192019032016**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADI'AH  
DIKANTOR KAS BPR SYARIAH BESUKI**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan Ekonomi Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa

Tanggal : 27 juni 2023

**Tim Penguji**

**Ketua Sidang**



Toton Fanshurna, S. Th. I., M.E.I.  
NIP. 198112242011011008

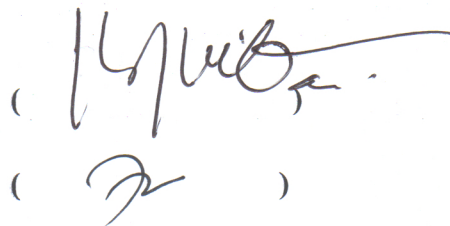
**Sekretaris**



Dr. Ahmad Fauzi, S.Pd, M.E.I.  
NUP: 201603137

**Anggota:**

1. Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si
2. Siti Khodijah, M.Pd



Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah melihat penyayang kepadamu’ ” (QS. Al-Nisa:29)<sup>1</sup>



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

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid* (Bandung: Sygma Creative Media Group, 2014), 50

## PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur kepada Allah SWT. Skripsi ini, saya persembahkan kepada orang-orang yang banyak membantu dan selalu mendampingi dalam hidup:

1. Ayah dan Ibundaku Tercinta (Jamal dan Hanipa) yang tidak ada putusnya mendo`akan saya, memberikan dorongan moril dan materil kepada saya.
2. Adik kandung saya(Nur kholila), serta semua keluarga yang senatiasa tidak ada putus-putusnya untuk memberikan kasih sayang setulus hati, yang selalu mengingatkan dalam segala hal, yang selalu sabar memberikan bimbingan dan nasehat serta pengorbanannya selama ini sehingga saya mampu menatap dan menyongsong masa depan.
3. Segenap dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Kepada teman temanku Insiyatul Hasanah, Halimah, Milia Ghifari, Dian.
5. Almamaterku, Universitas islam negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, dan seluruh dosen Universitas islam negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Teman-teman dan sahabat PS2 serta angkatan 2017 Perbankan Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas segala anugerah, hidayah dan izinnya, perencanaan, pelaksanaan dan penyelesaian skripsi yang berjudul “*Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi’ah Dikantor Kas Bpr Syariah Besuki*” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kehadiran Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yaitu Addinul Islam.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dengan dukungan banyak pihak, oleh karena ini penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM., selaku rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS) yang telah memberikan fasilitas yang memadai selama kami menuntut ilmu di UIN KHAS Jember
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’I, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember serta bapak ibu dosen yang telah membimbing serta memberikan ilmu selama di bangku perkuliahan.
3. Ibu Dr Hj. Nurul Setianingrum, S.E, M.M Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
4. Ibu Siti Khodijah, M.Pd. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan serta memberikan bimbingan

dalam menyusun skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap informan yang telah berkenan memberikan informasi yang dibutuhkan, sehingga membantu proses penyelesaian penelitian.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga masih perlu adanya penyempurnaan. Untuk itu saran dan kritik yang membangun dari segenap pihak merupakan sesuatu yang sangat berharga bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi masyarakat pada umumnya.

Jember, 1 September 2022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
**Nurul Qomariyah**  
**Nim : E20171099**



## ABSTRAK

Nurul Qomariyah, 2022: *Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi'ah Di Kantor Kas Bpr Syariah Besuki*

**Kata Kunci: Strategi Promosi, Tabungan Wadi'ah**

Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi'ah merupakan suatu langkah yang dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dengan kegiatan mempromosikan seluruh produk tabungan wadi'ah yakni produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan, yang di promosikan baik langsung maupun tidak langsung. Promosi disini merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Dengan tujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah.

Fokus penelitian dalam penelitian ini 1) Bagaimana strategi promosi produk tabungan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki? 2) Apa saja hambatan yang terjadi dalam promosi tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?.

Tujuan Penelitian, 1) Untuk mengetahui strategi promosi produk tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki. 2) Untuk mengetahui hambatan yang terjadi dalam tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Teknik penentuan subyek penelitian menggunakan Teknik *purposive*. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan analisis data interaktif Miles Huberman dan Saldana yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini yaitu 1) Terdapat 4 strategi promosi yang dilakukan oleh kantor KAS BPR Syariah Besuki untuk mengenalkan produk tabungan wadi'ah kepada masyarakat antara lain Periklanan (*Advertising*), Penjualan Personal (*Personal selling*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Publicitas (*publicity*). 2) Terdapat 4 hambatan yang terjadi dalam mempromosi tabungan wadi'ah pada Kantor KAS BPR Syariah besuki yakni: Kurangnya sumber daya manusia dalam melakukan kegiatan promosi, Kurang optimalnya pegawai Kantor dalam memasarkan produk, kurangnya jaringan kantor dan Kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang kantor KAS BPR Syariah Besuki.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</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>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Fokus penelitian .....	8
C. Tujuan penelitian .....	8
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Definisi Istilah.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>13</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	13
B. Kajian Teori .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Pendekatan dan jenis pendekatan.....	35
B. Lokasi penelitian .....	35

C. Subyek penelitian .....	36
D. Teknik pengumpulan data .....	36
E. Teknik analisis data .....	38
F. Keabsahan data.....	40
G. Tahap-tahap penelitian .....	41
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	44
B. Penyajian Data dan Analisis.....	48
C. Pembahasan Temuan.....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran-saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
1. Pernyataan keaslian tulisan	
2. Matrik Penelitian	
3. Pedoman Wawancara	
4. Surat Izin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	
6. Jurnal Penelitian	
7. Dokumentasi	
8. Biodata penulis	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	20
-------------------------------------	----



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

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perbankan syariah atau perbankan islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariat (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (seperti: usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami dan lain-lain), di mana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.<sup>2</sup>

Pada UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Menurut jenisnya bank syariah terdiri atas bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Bank Umum Syariah (BUS) adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Unit Usaha Syariah yang selanjutnya disebut UUS adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk

---

<sup>2</sup> Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2016)

dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit Syariah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan bank muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para banker berpikir bahwa BMI merupakan satu satunya bank syariah di Indonesia. pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.<sup>3</sup>

Seiring dengan perkembangan dunia, perkembangan perbankan pun semakin pesat karena perkembangan dunia perbankan tidak terlepas dari perkembangan perdagangan. Perkembangan perdagangan semula hanya didaratan eropa yang akhirnya menyebar ke Asia Barat. Bank-bank yang sudah terkenal pada saat itu di benua Eropa adalah bank Venesia tahun 1171, kemudian menyusun Bank keturunan dan Bank Barcelona tahun 1320.

---

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta :Prenada Media Group, 2011) 31

Sebaliknya perkembangan perbankan di daratan Inggris baru dimulai pada abad ke-16. Namun karena Inggris yang begitu aktif mencari daerah perdagangan dijajah, maka perkembangan perbankan pun ikut dibawa ke negara jajahannya.<sup>4</sup>

Perkembangan berikutnya adalah mulai meningkatnya minat bank bank konvensional barat untuk membuka layanan syariah melalui jendela Islam. Dengan demikian, setelah melihat keunggulan dari sistem perbankan Islam dan besarnya prospek pengembangan perbankan Islam, mereka mulai menyediakan jasa keuangan syariah. Tercatat pada tahun 2005, Citigroup dan BNP Paribas mendirikan unit layanan syariah.<sup>5</sup>

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Didalam menawarkan produknya, Maka terjadilah persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi dalam promosi masing-masing bank tersebut.

Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2014), 28.

<sup>5</sup> Khatibul Umam, *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2016), 23

<sup>6</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 186

Promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.<sup>7</sup>

Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat di gunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut :<sup>8</sup>

1. Periklanan (advertising), merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambaran atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard Koran, majalah, televisi, atau radio.
2. Promosi penjualan (sales promotion), merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
3. Publisitas (publicity), merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

---

<sup>7</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta :Prenada Media Group, 2008),155

<sup>8</sup> Ibid



4. Penjual pribadi (personal selling), merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

Beberapa ragam produk tabungan yang ditawarkan oleh Kantor Kas BPR Syariah biasanya diantaranya: tabungan wadi'ah, tabunganku, tabungan rencana, tabungan kurban, tabungan mabrur.<sup>9</sup>

Tabungan wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik tabungan ini juga mirip dengan tabungan yang di bank konvensional ketika nasabah penyimpan diberi garasi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan fasilitas yang disediakan bank. seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya. Nasabah dapat mengambil tabungan kapanpun sesuai dengan kehendaknya.<sup>10</sup>

Sesuai Observasi yang dilakukan oleh peneliti Kantor Kas BPR Syariah Besuki merupakan kantor kas yang berada di jalan wibroto 28 Besuki. Kantor Kas BPR Syariah Besuki merupakan lembaga jasa keuangan yang beroperasi dengan prinsip Syariah. Kantor Kas BPR Syariah Besuki mengeluarkan berbagai produk-produk perbankan diantaranya yaitu produk pembiayaan tabungan wadiah, tabungan mudharabah, tabungan mudharabah antar bank, dan deposito. Salah satu produk yang menjadi unggulan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki adalah tabungan wadiah. Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank syariah untuk menjadikan mereka menjadi pilihan yang dipercaya oleh

---

<sup>9</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta :Prenada Media Group, 2008), 155

<sup>10</sup> Nurnasrina, Perbankan Syariah 1, (Pekan Baru :Suska Press, 2012), 107

para nasabahnya. Sebagai bentuk konsekuensi, kalangan perbankan syariah tidak dapat disaingi oleh bank konvensional. Kantor Kas BPR Syariah Besuki memberikan pelayanan yang baik. Sehingga nasabah lebih suka berhubungan dengan Kantor Kas BPR Syariah Besuki yang memberikan nilai-nilai yang selama ini mereka harapkan.

Tidak hanya itu dalam menjalankan kegiatan usahanya agar produk tersebut mampu dikenal oleh masyarakat Kantor Kas BPR Syariah Besuki melakukan kegiatan promosi. Promosi yang dilakukan oleh BPR Besuki yakni yang paling diminati oleh masyarakat tabungan wadiah, selain syarat dan ketentuan yang mudah tabungan ini juga memberikan berbagai keuntungan. Dalam mempromosikannya Kantor Kas BPR Syariah Besuki melakukan promosi untuk menarik nasabah bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi produk akan tidak dikenal oleh nasabah. Dengan promosi ini kantor kas BPR Syariah Besuki sudah mampu menarik calon nasabah yang baru sehingga produk bisa dikenalkan.

Namun ada beberapa kendala yang dihadapi oleh kantor kas BPR Syariah Besuki yang disebabkan karena kekurangan tenaga yang profesional dalam melakukan promosi tabungan dan juga disebabkan karena pendidikan karyawan di kantor tersebut banyak yang tidak sesuai dengan profesinya yang sekarang sehingga promosi yang dilakukan kurang maksimal, sedangkan kendala eksternal disebabkan oleh masyarakat itu sendiri karena kekurangan

pengetahuan dan kurang keinginan untuk menabung. Masyarakat lebih banyak berpikiran bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional.

Akan tetapi dengan kendala tersebut kantor kas BPR Syariah Besuki selalu berusaha untuk memberikan solusi terbaik sehingga kegiatan promosi tabungan wadiah bisa dikenal oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan Lembaga keuangan lain. Hal ini bisa dilihat dari perkembangan jumlah nasabah tabungan wadiah di kantor kas BPR Syariah Besuki dari tahun ke tahun yang selalu mengalami perkembangan dan peningkatan. Hal ini dikarenakan karena pihak manajemen kantor kas BPR Syariah melakukan strategi promosi yang baik sehingga mampu meningkatkan calon nasabahnya.

**Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan wadiah Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Tahun	Nasabah	Kenaikan
2018	113	-
2019	181	68
2020	270	(89)
2021	478	208
2022	543	65
Total	1585	430

*Sumber: Data diperoleh dari Kantor KAS BPRS Besuki.*

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwasanya mulai dari tahun 2018-2022, perkembangan dan pertumbuhan nasabah dalam menggunakan produk tabungan wadiah di Kantor KAS BPR Syariah Besuki selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan karena strategi promosi tabungan wadiah kantor kas BPR Syariah Besuki yang yang dinilai bagus sehingga selalu mampu memberikan peningkatan pada nasabahnya.

Berdasarkan uraian tersebut peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk melihat strategi promosi yang digunakan oleh kantor kas BPR Syariah Besuki yang selalu mengalami perkembangan sehingga penulis mengangkat judul terkiat **“Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi’ah Di Kantor Kas BPR Syariah besuki”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dirumuskan ada 2 focus penelitian untuk dalam penelitian ini. yaitu:

1. Bagaimana strategi promosi produk tabungan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
2. Apa saja hambatan yang terjadi dalam promosi tabungan wadi’ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun susunan dalam penelitian penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi promosi produk tabungan wadi’ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.
2. Untuk mengetahui hambatan yang terjadi dalam tabungan wadi’ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada civitas akademik program studi perbankan Syariah, terutama pada konsentrasi lembaga keuangan syariah sebagai tambahan keilmuan pada operasional lembaga keuangan syariah yang berkaitan dengan strategi promosi produk tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam menulis karya ilmiah serta menambah wawasan pengetahuan yang berkaitan dengan strategi promosi produk tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.

b. Bagi lembaga yang diteliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran kepada BPR Syariah dalam menganalisis strategi promosi produk tabungan wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, sehingga dapat membantu pengembangan BPR Syariah Besuki.

c. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan literatur dari segenap karya ilmiah yang dapat dijadikan sebagai referensi keilmuan dalam bidang perbankan syariah bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

## E. Definisi Istilah

Dalam hal ini definisi istilah yang ada didalamnya ialah tentang pengertian- pengertian penting agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna dan istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti:

1. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.
2. Tabungan wadi'ah adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik tabungan ini juga mirip juga mirip dengan tabungan yang di bank konvensional ketika nasabah menyimpan diberi garasi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan fasilitas yang disediakan bank. seperti kartu ATM, dan sebagainya tanpa biaya. Nasabah dapat mengambil tabungan kapanpun sesuai dengan kehendaknya

## F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif

bukan seperti daftar isi. Skripsi ini membahas beberapa pokok bahasan yang terdiri 5 sub bab tersusun sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, penelitian yang dilaksanakan. fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II kajian kepustakaan, yang didalamnya mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah-masalah yang diteliti, yg dalam hal ini mengkaji tentang pengembangan penelitian.

BAB III Menjelaskan tentang metode penelitian, dalam bab ini dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Mengemukakan tentang penyajian dan analisis data yang diperoleh dalam pelaksanaan penelitian secara empiris yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data serta diakhiri dengan pembahasan temuan di lapangan. Bab ini berfungsi sebagai bahan kajian untuk memaparkan data yang diperoleh guna menemukan kesimpulan.

BAB V : penutup atau kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan mencakup jawaban dari fokus penelitian yang telah





## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki peran penting pada penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam melakukan penelitian. Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kajian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Anggi sulaiman (2021) skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi’ah Bank Mega Syariah”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan wadi’ah Bank Mega Syariah Pusat. Adapun hasil penelitian ini adalah bahwa strategi pemasaran yang dilakukan bank mega syariah menggunakan strategi marketing mix yaitu dengan strategi price, strategi product, dan strategi promotion. Perbedaan peneliti ini dengan peneliti yang dilakukan adalah subjek penelitiaannya yaitu Bank Mega Syariah Pusat.<sup>11</sup>

2. Agus susanto (2019) Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmelati Demak”

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah promosi, harga dan inovasi, produk sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian

---

<sup>11</sup> Anggi sulaiman, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi’ah Bank Mega Syariah*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), 89.

batik tulis karangmelati demak. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh promosi, harga, dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian batik tulis karangmelati Demak. Berdasarkan hasil uji parsial dapat dilihat bahwa promosi, harga dan inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik tulis karangmelati demak. Perbedaan peneliti ini dengan penelitian yang sedang dilakukan adalah subjek penelitiannya yaitu Batik Tulis Karangmelati Demak. Sedangkan objek penelitiannya adalah konsumen.<sup>12</sup>

3. Prayitno ansyori (2019) Skripsi yang berjudul “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Hadiah Dalam Simpanan Wadi’ah Di PT. BPRS Sasaran Prima Mandiri Pamekasan”

BPRS Sarana prima mandiri pamekasan tidak diberjanjikan sebelumnya dan bersifat suka rela dari pihak bank jadi tidak mengandung dari unsur riba. Selain itu pemberian bonus juga persentase sekitar 1-2 % sesuai dengan kebijakan bank. Maka system pemberian bonus sudah sesuai dengan ketentuan hukum islam karena pemberian bonus berupa ‘athaya yang bersifat suka rela dari pihak bank. Persamaan peneliti dari penulis ini di lihat dari segi akadnya sama-sama menggunakan akad wadi’ah, namun berbeda dari sisi pemberian bonusnya, penelitian yang dilakukan prayitno ansyori tentang tinjauan hukum islam terhadap pemberian hadiah dalam simpanan wadi’ah di PT. BPRS Sarana prima mandiri pamekasan, disini pemberian bonusnya telah sesuai dengan

---

<sup>12</sup>Agus susanto, “ Pengaruh Promosi, Harga dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada batik tulis karangmelati Demak” (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2019), 76.

hukum islam karena pemberian bonus bersifat sukarela dan tidak ditentukan di awal akad. Sedangkan penulis meneliti analisis hukum islam ekonomi syariah mutiara melalui akad wadiah di KSPPS TAMZIS ujungberung yang pemberian bonusnya juga tidak diperjanjikan di awal, perbedaannya terdapat pada ketentuan dan nasabah dapat memilih dananyaakan di endapkan jika ingin bonus yang lebih besar.<sup>13</sup>

4. Rohmah Sulistiyani (2018) Skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga”.

Metode yang digunakan oleh penulis juga dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Latar penelitian ini memiliki karakteristik yaitu: kualitatif, kerja, lapangan, instrumen utamanya adalah badan atau lembaga social, dan sifat deskripsif (menguraikan hasil penelitian dengan apa adanya) adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa bank muamalat cabang pembantu salatiga menggunakan strategi pemasaran dengan menekankan program pengeiklanan sebagai cara untuk menarik minat calon nasabah berupa media cetak, elektronik, out door dan publisitas<sup>14</sup>

5. Mega Ratna Sari (2018) skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tasaqur Di KJKS Binama Tlogosi Semarang”.

---

<sup>13</sup> Prayitno Ansyori, “ Tinjauan hukum islam terhadap pemberian hadiah dalam simpanan wadi’ah di PT. BPRS Sasaran prima mandiri pamekasan” (Semaarang: Universitas Negeri Semarang, 2019), 90.

<sup>14</sup>Rohmah Sulistiyani, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 8.

Metode yang digunakan oleh penulis juga dengan pendekatan kualitatif, kerja lapangan, instrumen utamanya adalah badan atau lembaga social, dan sifat deskripsi ( menguraikan hasil penelitian dengan apa adanya) adapun sumber data penelitian yang digunakan adalah: wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa KJKS binama tlogosari semarang menggunakan strategi pemasaran dengan memasukkan produk tasaqur dilakukan oleh staf marketing mendatangi rumah anggotanya memberikan edukasi tentang produk tasaqur.<sup>15</sup>

6. Lasmita mita (2020) Skripsi dengan judul “Pemikiran Iman Syafi’I Tentang Wadi’ah Dan Relevansinya Dengan Produk Wadiah Di Bank Riau Syariah Cabang Pecan Baru”.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu menurut imam syafi’I wadi’ah adalah suatu titipan yang bersifat amanah, dan penerima titipan harus menjaga barang titipan sesuai dengan amanah pemberi titipan. Jika barang titipan itu rusak karena kelalaiannya maka dia tidak bertanggung jawab dan jika penerima titipan hendak bermusyafir maka barang titipan itu boleh diwakilkan kepada orang yang bisa dipercaya. Produk produk yang ada dibank Riau Syariah cabang pekanbaru yang memakai prinsip wadi’ah ada dua, yaitu tabungan IB Dhuha dan giro wadi’ah, menurut pendapat imam Syafi’i produk yang ada di bank riau syariah relevan, dimana tujuan dan prinsipnya sama yaitu tolong menolong nasabah

---

<sup>15</sup> Mega Ratna Sari, Strategi Pemasaran Produk Tasaqur Di Kjks Binama Tlogosi Semarang, (Semarang: Univeritas Negeri Semarang, 2018), 87.

(penitip) dalam menjaga barangnya, khususnya pada giro wadi'ah yang bisa diambil kapanpun pemilik titipan menghendaki. Sedangkan pada tabungan IB Dhuha tidak bisa di ambil sebelum jumlahnya mencukupi untuk naik haji, kecuali jika ada keperluan mendadak seperti sakit yang memerlukan biaya banyak untuk berobat.<sup>16</sup>

7. Rika marmis (2021) Skripsi dengan judul Prinsip Wadi'ah Dalam Produk Tabunganku IB Di PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru”

Hasil penelitian yaitu penerapan produk tabunganku IB di PT. BNI Syariah pekanbaru sangat membantu dan mendorong masyarakat dalam menabung. Produk tabunganku IB menggunakan akad wadi'ah atau titipan. Dengan adanya produk tabunganku IB Di BNI Syariag cabang pekanbaru, masyarakat tertarik untuk menabung. Karena produk tabungan di PT. BNI Syariah sesuai dengan syariah islam. Adapun tujuan ekonomi islam terhadap tabunganku ini adalah baik, karena didalam produk tabunganku terdapat unsur tolong menolong antara pihak bank dengan nasabah. Perbedaan dengan penelitian di atas adalah penelitian ini membahas praktik dari akad wadi'ah dengan mengambil objek penelitian di Bank Bri syariah cabang purwokerto sedangkan penelitian di atas membahas tentang prinsip dari akad wadi'ah dengan mengambil objek penelitian di PT. BNI Syariah pekanbaru.<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Lasmita Mita, *Pemikiran Iman Syafi'I Tentang Wadi'ah Dan Relevansinya Dengan Produk Wadi'ah Di Bank Riau Syariah Cabang Pecan Baru* (Riau: Universitas Isam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020) 68.

<sup>17</sup> Rika Marmis, *Prinsip wadi'ah dalam produk tabunganku IB Di PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru*, (Riau: Universitas Isam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), 72.

8. Rizki purnomo (2020) Skripsi dengan judul “ Konsep Hadiah Dalam Akad Wadi’ah Di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/X11/2012”.

Hasil penelitian yaitu konsep pemberian hadiah dalam akad wadi’ah di bank syariah jika diteliti menurut ketentuan fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/X11/2012”, menjadi penting sebagai alat analisis dalam hal LKS boleh memberikan hadiah atas simpanan nasabah, dengan syarat tidak diperjanjikan, tidak menurus kepada praktik riba terselubung, tidak boleh menjadi kelaziman. Namun demikian, dalam implentasinya pada praktik pemberian hadiah perbankan syariah, dalam pemberian isyarat pemberian hadiah, praktik bonus, mekanisme pemerian kopun belum sepenuhnya mengimplentasi pada fatwa DSN-MUI terkait pemberian hadiah pad produk penghimpunan dana oleh bank syariah. Dalam praktik ketentuan masih sama dengan praktik pemberian hadiah oleh perbankan syariah konvensional. Dalam pemberian bonus yang diterapkan oleh pihak perbankan syariah adalah dengan cara pemberian bonus dengan bentuk nominal. Seyogyanya pemberian hadiah yang ditentukan dalam fatwa DSN-MUI bahwa hadiah haruslah berbentuk barang atau/ jasa, namun bukannya berbentuk nomilah sebab menjurus dalam praktik riba yang terselubung, kemudian BRI Syariah secara resmi telah mematenkan produk dari program promosi hujan emas, sehingga bank BRI Syariah secara terus menerus akan menjalankan program ini sebagai bagian dari promosi, padahal ketentuan fatwa MUI menegaskan bahwa seharusnya program



pemberian hadiah tidak boleh menjadi kelaziman, hal ini kemudian menjadi perhatian penulis atas fatwa MUI tentang pemberian hadiah ini, adalah fatwa yang belum jelas dan tidak rinci akan mendorong pihak bank berlaku tidak sesuai syariah. Kemudian dengan pengawasan yang efektif oleh pihak bank yang berwenang.<sup>18</sup>

9. Marshyad (2022) Skripsi dengan judul “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi’ah BMT Dana Syariah Giwangan”.

Bahwa bauran pemasaran 4p, *product*, *price*, *place*, dan *promotion* berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam menggunakan tabungan wadi’ah BMT. Faktor-faktor perubahan kondisi pasar dan biaya seperti, faktor demografi, perekonomian, social dan budaya, politik dan hukum, teknologi dan persaingan.<sup>19</sup>

10. Ani nurjannah (2017) Skripsi dengan judul “ Analisis pemasaran produk tabungan di bank muamalat Indonesia (BMT) cabang magelang”.

Bahwa strategi pemasaran khususnya pemasaran produk tabungan meliputi beberapa strategi, yaitu strategi jemput bola, membantu jaringan memberikan *service excellent* dan memberikan fasilitas yang memuaskan

---

<sup>18</sup> Rizki Purnomo, “ Konsep Hadiah Dalam Akad Wadi’ah Di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/X11/2020)”

<sup>19</sup>Marshyad, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi’ah BMT Dana Syariah Giwangan*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022), 102.

untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah.. melalui promo atas periklanan dan juga melalui brosur.<sup>20</sup>

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Anggi Sulaiman (2021) fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi Jakarta	“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi’ah Bank Mega Syariah”	Sama-sama membahas tentang produk tabungan wadi’ah	. Perbedaan peneliti ini dengan peneliti yang dilakukan adalah subjek penelitiannya yaitu Bank Mega Syariah Pusat.
2	Agus Susanto (2019) fakultas ekonomi semarang	“Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmelati Demak	Sama- sama membahas tentang promosi dan produk pembelian batik tulis	Perbedaan penelitian ini Dengan penelitian yang sedng dilakukan adalah subjek penelitiannya yaitu Batik Tulis Karangmelati Demak. Sedangkan objek penelitiannya adalah konsumen.
3	Prayitno Ansyori (2019) jurusan perbankan	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Hadiah Dalam Simpanan Wadi’ah Di PT. BPRS Sasaran Prima Mandiri Pamekasan” Yang Ditulis Oleh Prayitno Ansyori.	Sama- sama membahas tentang segi akad dan menggunakan akad wadi’ah	Perbedaan penelitian ini terdapat pada syarat dan ketentuan dan nasabah dapat memilih dana yang di endapkan jika bonus yang lebih besar
4	Rohmah Sulistiyani (2018) IAIN Salatiga	Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di	Sama-sama membahas produk simpanan di	Perbedaan penelitian ini menggunakan program pengeiklanan sebagai cara untuk

<sup>20</sup> Ani Nurjannah, *Analisis Pemasaran Produk Tabungan Di Bank Muamalat Indonesia (BMT) Cabang Magelang*, (Salatiga; IAIN Salatiga, 2017), 89.

		Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga	Bank muamalat	menarik minat calon nasabah berupa media cetak, elektronik, out door dan publisitas
5	Mega Ratna Sari Pada (2018) universitas negeri semarang	Strategi Pemasaran Produk Tasaqur Di KJKS Binama Tlogosi Semarang	Sama- sama meneliti tentang strategi promosi produk	Perbedaan penelitian ini dari segi lokasi penelitian atas studi kasusnya
6	Lasmita Mita (2020) universitas islam negeri sultan syarif kasim riau	Pemikiran Iman Syafi'I Tentang Wadi'ah Dan Relevansinya Dengan Produk Wadiah Di Bank Riau Syariah Cabang Pecan Baru	Sama- sama meneliti produk tabungan wadi'ah	Perbedaan penelitian ini membahas produk akad wadi'ah yad dhamamah berdasarkan pada fatwa dewan syariah
7	Rika Marmis (2021) universitas islam negeri sultan syarif kasim riau	Prinsip Wadi'ah Dalam Produk Tabunganku IB Di PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru	Sama- sama membahas tentang prinsip wadi'ah dalam produk tabunganku	Perbedaan penelitian ini tentang prinsip dari akad wadi'ah dengan mengambil objek penelitian di PT. BNI Syariah pekanbaru
8	Rizki Purnomo (2020)	Konsep Hadiah Dalam Akad Wadi'ah Di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/X11/2012"	Sama- sama membahas tentang hadiah dalam akad wadi'ah	Perbedaan penelitian ini dengan objek penelitian bank syariah secara umum
9	Marshyad (2022) universitas islam negeri sultan syarif kasim riau	"Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah	Sama- sama membahas pemasaran produk tabungan wadi'ah	Perbedaan penelitian ini tentang Faktor-faktor perubahan kondisi pasar dan biaya seperti, faktor demografi, perekonomian, social dan budaya, politik dan hukum

		Giwangan		
10	Ani Nurjannah (2017) IAIN Salatiga	“Analisi Pemasaran Produk Tabungan Di Bank Muamalat Indonesia (BMT) Cabang Magelang”	Sama- sama membahas tabungan bank muamalat	Perbedaan penelitian ini melalui promo atas periklanan dan juga melalui brosur.

**Sumber data: diolah**

Dari beberapa penelitian terdahulu di atas terdapat beberapa perbedaan yang menunjukkan kinerja promo terhadap produk tabungan wadi'ah.

## B. Kajian Teori

### 1. Pengertian Strategi

Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>21</sup> Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, mengerakan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana

<sup>21</sup> Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pusat Utama, 2008),1340.

membuat persesip yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik<sup>22</sup>.

Strategi merupakan sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Strategi mengamplikasikan konsep manajemen dari lingkup bisnis, misi, maksud, dan tujuan.<sup>23</sup>

## 2. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan, diantaranya produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.<sup>24</sup>

Menurut Sistaningrum mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen Actual" maupun "Konsumen Potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akandatang.

Sedangkan menurut Tjiptono, promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan

---

<sup>22</sup> Ali Hasan, Marketing Bnak Syariah, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) cet. ke-1, h 29

<sup>23</sup> Cravens, David W, Pemasaran Strategis, (Jakarta: Erlangga, 1996), 30

<sup>24</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, (Jakarta:Kencana, 2008) , 155

pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan<sup>25</sup>.

a. Sarana Promosi

Secara garis besar sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut :<sup>26</sup>

a. Periklanan (*advertising*)

Merupakan kegiatan penawaran produk bank kepada kelompok masyarakat secara lisan maupun tulisan baik menggunakan spanduk, brosur, *bilboard*, koran, majalah, televisi, atau radio.

Kelebihan menggunakan iklan antara lain:

- a) Audience yang dicakup berjumlah besar
- b) Biaya per pembaca/pendengar *relative* rendah
- c) Pilih media yang banyak, sehingga dapat disesuaikan dengan target audience-nya
- d) Bank menguasai penuh bentuk dan isi iklan sesuai dengan target pasar
- e) Pesan (*message*) dapat selalu ditinjau/dievaluasi
- f) Iklan dikelilingi dengan berbagai berita, sehingga memperkuat kredibilitas iklan.

Kelemahan menggunakan iklan antara lain:

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: Andi Offised, 2001), 219

<sup>26</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002),332

- a) Pesan bersifat standar, sehingga bersifat kaku
- b) Iklan melalui televisi membutuhkan biaya besar
- c) Iklan seringkali ditinggalkan oleh pembaca/pendengar
- d) Iklan harus ringkas, sehingga tidak dapat memuat banyak informasi.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Merupakan kegiatan penawaran produk bank kepada kelompok masyarakat dengan menggunakan peragaan, demonstrasi serta metode yang diawasi oleh bank. Promosi penjualan dapat dibagi kedalam dua kelompok, pertama kegiatan yang ditujukan untuk mendidik atau memberitahu kepada nasabah yang dilakukan dengan brosur, demonstrasi serta jasa konsultasi, kedua kegiatan yang ditujukan untuk mendorong masyarakat yang dilakukan dengan memberikan contoh produk atau memberi hadiah.

Kelebihan menggunakan promosi penjualan antara lain:

- a) Langsung menarik
- b) Nasabah langsung memperoleh hadiah yang konkret, seperti kalender, gantungan kunci, dan lain-lain
- c) Membantu menarik calon nasabah untuk datang ke kantor
- d) Merupakan arena hiburan
- e) *Supplementary* untuk alat komunikasi



Kelemahan menggunakan promosi penjualan antara lain:

- a) Lebih sukar mengakhiri periode promosi tanpa akibat apa-apa
  - b) Berakibat buruk, jika menggunakan cara dan barang yang berkesan murahan
  - c) Hanya berguna untuk menunjang alat promosi lainnya.
- c. Publisitas (*publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal, social atau olahraga.

Kelebihan menggunakan publisitas antara lain:

- a) Lebih membangun citra
- b) Kredibilitas lebih tinggi
- c) Tidak ada biaya
- d) Jangkauan luas
- e) Orang-orang lebih memperhatikan publisitas daripada iklan

Kelemahan menggunakan publisitas antara lain:

- (1) Bank tidak mampu mengontrol penempatan berita menurut keinginan bank
- (2) Sulit menyusun perencanaan publisitas untuk jangka panjang
- (3) Terdapat biaya tidak langsung berupa tenaga dan waktu untuk persiapan publisitas

d. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.

Kelebihan menggunakan penjualan pribadi antara lain:

- a) Umpan balik langsung diperoleh
- b) Pesan dalam pemasaran dapat langsung disesuaikan dengan situasi calon nasabah
- c) Tenaga pemasar dapat segera mencari alternatif pemecahan masalah yang di hadapi calon nasabah
- d) Perhatian nasabah dapat terjaga dari mulai hingga akhir proses penjualan pribadi
- e) Calon nasabah lebih bereaksi pada penjualan pribadi dibanding dengan iklan

Kelemahan menggunakan penjualan pribadi antara lain:

- a) Jangkauan penjualan pribadi sangat terbatas
- b) Biaya per calon nasabah menjadi sangat tinggi
- c) Dibutuhkan tenaga pemasaran yang banyak

b. Tujuan Promosi

Tujuan promosi adalah : <sup>27</sup>

- 1) Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan.

---

<sup>27</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002), 332

2) Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.

3) Menjual *goodwill* dan idea yang baik tentang bank bersangkutan

### 3. Wadi'ah

#### a. Pengertian wadi'ah

Secara etimologi, kata al-wadi'ah berarti menempatkan sesuatu yang ditempatkan bukan pada pemiliknya untuk dipelihara. Secara etimologi ada dua definisi al-wadi'ah yang dikemukakan pakar fiqih. Pertama, definisi yang dikemukakan oleh ulama hanafiyah. Menurut mereka, al-wadi'ah adalah:

“mengikut sertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun melalui isyarat.”<sup>28</sup>

Kedua, definisi yang dikemukakan ulama malikiyah, syafi'iyah, dan hanabilah (jumhur ulama). Menurut mereka, al-wadi'ah adalah: “mewakulkan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.”

#### b. Landasan hukum wadiah

Dasar hukum pengembangan transaksi berprinsip al-wadi'ah, meliputi:<sup>29</sup>

##### 1) Al-qur'an

Ayat-ayat al-quran yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi al wadi'ah, adalah:

<sup>28</sup> Nasrun Haroen, 244

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, Muhammad, Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 7

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: “sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanah (titipan), kepada yang menerimanya” (QS. an-nisa’ : 58)

وَأِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۗ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمَانَتَهُ ۗ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِيَّمًا قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۙ

Artinya: “akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutang) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah tuhan nya”. (QS. albaqarah: 283)

## 2) Sunnah

Hadist-hadist Rasul yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi al-wadi’ah adalah:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَدِّ الْأَمَانَاتَ إِلَىٰ مَنْ ائْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ (رواه ابو داود)

Artinya: “Berkata Rasulullah saw. Sampaikanlah (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas kepada khianat kepada yang telah menghianatimu”. ( HR. Abu Dawud dan Tirmizi)

## 3) Ijma’

Para tokoh ulama islam sepanjang zaman telah berijma’ (konsensus) akan legitimasi wadi’ah, karena kebutuhan manusia terhadap hal ini jelas terlihat seperti yang dikutip oleh Dr.

Azzuhaily dalam al-fiqh al-islami wa adillatuhu dari Mughni wa Syarh Kabir Li Ibn Qudamah dan Al-Mabsuth Li Imam Sarakhsy.

c. Fatwa DSN tentang tabungan

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No:02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan.

Pertama : tabungan ada dua jenis: <sup>30</sup>

- 1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga
- 2) Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadi'ah

Kedua : ketentuan umum tabungan berdasarkan mudharabah:

- 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana
- 2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang
- 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening

<sup>30</sup> Bambang Hermanto, Hukum Perbankan Syariah, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), 120

- 5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga : ketentuan umum tabungan berdasarkan wadi'ah

- 1) Bersifat simpanan
- 2) Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian(,,athaya) yang bersifat sekarela dari pihak bank

d. Macam-macam wadi'ah

Akad titipan (wadi'ah) ada 2, yaitu :

1) Wadi'ah yad amanah

Wadi'ad yad amanah (tangan amanah) yang berarti bahwa ia tidak diharuskan untuk bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang/aset titipan. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggung jawab pemeliharaan.<sup>31</sup>

Wadi'ad yad amanah memiliki karakteristik sebagai berikut:

<sup>31</sup> Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, (Jakarya: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 42

- a) Harta atau barang yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan
- b) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya
- c) Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya kepada yang menitip
- d) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau safe deposit box<sup>32</sup>

## 2) Wadi'ah yad dhamanah

Wadi'ah yad dhamanah (tangan penanggung) yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan.<sup>33</sup>

Wadi'ah yad dhamanah memiliki karakteristik berikut ini:

- a) Harta dan barang yang dititipkan boleh dan dapat dimanfaatkan oleh yang menerima titipan
- b) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang dititipkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil pemanfaatan kepada si penitip

<sup>32</sup> Muhammad syafii antonio, Bank Syariah Dari Teori ke Praktik, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), 148

<sup>33</sup> Ascarya, 43



- c) Produk perbankan yang sesuai dengan akad ini yaitu giro dan tabungan
- d) Bank konvensional memberikan jasa giro sebagai imbalan yang dihitung berdasarkan persentase yang telah ditetapkan. Adapun bank syariah, pemberian bonus (semacam jasa giro) tidak boleh disebutkan dalam kontrak ataupun dijanjikan dalam akad, tetapi benar-benar pemberian sepihak sebagai tanda terima kasih dari pihak bank
- e) Jumlah pemberian bonus sepenuhnya merupakan kewenangan manajemen bank syariah karena pada prinsipnya dalam akad ini penekanannya adalah titipan
- f) Produk tabungan juga dapat menggunakan akad wadi'ah karena pada prinsipnya tabungan mirip dengan giro, yaitu simpanan yang bisa diambil setiap saat. Perbedaannya, tabungan tidak dapat ditarik dengan cek atau alat lain yang dipersamakan.<sup>34</sup>

e. Rukun dan syarat wadi'ah

Rukun dari akad titipan wadi'ah (yad amanah maupun yad dhamanah) yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut:

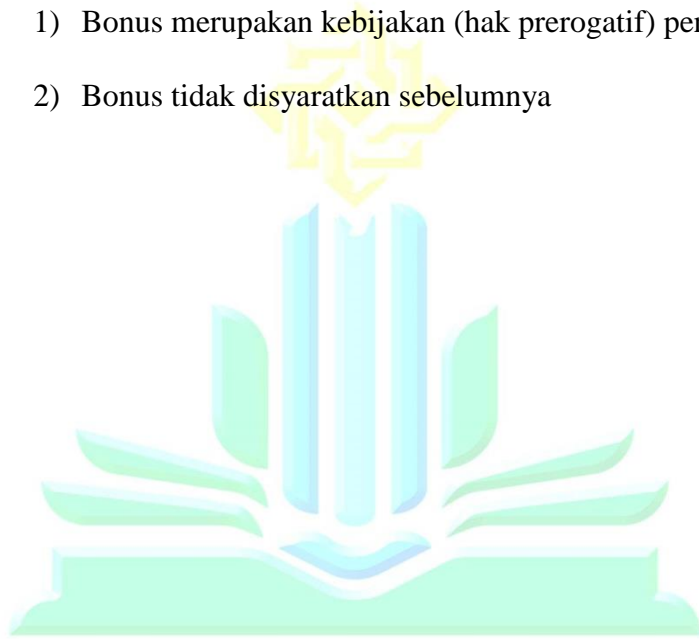
- 1) Pelaku akad, yaitu penitip (mudi'/muwaddi') dan penyimpan/penerima titipan (muda'/mustawda')
- 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan

<sup>34</sup> Muhammad syafii antonio, 149

3) Shighat, yaitu ijab dan qabul

Sementara itu, syarat wadi'ah yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut:

- 1) Bonus merupakan kebijakan (hak prerogatif) penyimpan
- 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya



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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini telah menggunakan pendekatan kualitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat pospositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*.<sup>35</sup>

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan.

Penelitian lapangan dapat dianggap juga sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat kelapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah

#### B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki. Alasan peneliti memilih tempat di BPR Syariah Besuki yaitu untuk mengetahui strategi promosi produk tabungan wadi'ah di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, sehingga diperlukan penelitian secara keseluruhan untuk mengetahui penerapan yang dilakukan oleh pihak bank dalam menghadapi nasabah

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : CV Alfabeta, 2018).

### C. Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan ini misalnya dengan memilih informan yang dipandang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Subjek penelitian atau informan yang terlibat mengatasi permasalahan yang akan dikaji antara lain:

1. Bapak Candra Wibowo Selaku Kepala cabang Kantor Kas BPR Syariah
2. Ibu Holifah Selaku Teller di Kantor Kas BPR Syariah Besuki
3. Jasuli dan Taufikur Rahman Selaku Pihak Marketing Lending dan Marketing Funding

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paing strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Teknik pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan kebenaran yang terjadi atau terdapat pada subjek penelitian atau sumber data yang diperoleh oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik dalam melakukan pengumpulan data, seperti: observasi, wawancara dan dokumentasi yang mana proses-proses tersebut memiliki peran penting untuk mendapatkan informasi yang benar. Adapun pengumpulan dalam penelitian ini adalah:

## 1. Observasi

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan teknik observasi langsung dan jenis observasinya menggunakan partisipasi pasif (*passive participation*): *mens the research is present at the scene of action but does not interact or participate*. jadi hal ini peneliti datang ditempat kantor kas BPR Syariah besuki yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat langsung dalam kegiatan tersebut .<sup>36</sup> observasi langsung yang dilakukan yaitu dimana peneliti mengamati seluruh kegiatan yaitu mulai dari proses yang sedang berlangsung dimana nantinya akan menjadi sebuah sumber data yang dapat diolah kedalam analisis peneliti.

## 2. wawancara

Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data melalui Tanya jawab dengan subyek peneliti. Subyek penelitian memberikan informasi terkait apa yang diinginkan oleh peneliti.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur merupakan termasuk dalam kategori in-dept interview dimana pelaksanaanya lebih bebas daripada wawancara jenis terstruktur. Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.<sup>37</sup>

Dalam wawancara ini peneliti akan memperoleh data berupa:

---

<sup>36</sup> Sugiyono, 227.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, 306

- a. Mengetahui Strategi Promosi Yang Dilakukan oleh Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam Produk Tabungan Wadi'ah.
  - b. Mengetahui Hambatan Yang Terjadi Dalam Mempromosikan Tabungan Wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki
3. Dokumentasi

Dokumentasi dan arsip merupakan bahan tertulis atau benda yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu yang berupa rekaman, bukan hanya yang tertulis tetapi juga berupa gambar benda peninggalan yang berkaitan dengan suatu aktivitas atau peristiwa tertentu Adapun data yang ingin diperoleh melalui dokumentasi adalah:

- a. Sejarah Kantor Kas BPR Syariah Besuki
- b. Visi dan Misi Kantor Kas BPR Syariah Besuki
- c. Profil Kantor Kas BPR Syariah Besuki
- d. Struktur Kantor Kas BPR Syariah Besuki

#### **E. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah sesuai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada wawancara peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang akan diwawancarai telah dianalisis maka belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan sebuah pertanyaan lagi, sampai tahap yang akan ditentukan, data yang diperoleh akan dianggap kredibel. Miles and huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif

dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas<sup>38</sup>

Adapun langkah-langkah dalam teknik data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa dengan reduksi data peneliti dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat dan menggolongkannya satu pola yang lebih luas.<sup>39</sup>

Kegiatan yang dilakukan peneliti saat mereduksi data yang peneliti merangkum data, memilah dan memilih data-data yang terkait dengan materi, media dari hasil observasi dan wawancara dengan informan yang menjadi subjek penelitian dan membuang data yang dianggap tidak ada kaitannya dengan peran serta masyarakat dalam pembiayaan pendidikan data diri hasil dokumentasi.

#### 2. Penyajian data

Penyajian data adalah menyajikan data yang sudah direduksi sebagai sekumpulan informasi yang tersusun sehingga memberi adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melalui penyajian data dan dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus

---

<sup>38</sup> Sugiyono ; “*Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif Dan R&D*” (Bandung CV.Alfabeta 2016)

<sup>39</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2018).



dilakukan.<sup>40</sup> Peneliti menyajikan data yang telah diperoleh terkait dengan manajemen promosi produk tabungan wadi'ah melalui observasi, wawancara, maupun dokumentasi dalam bentuk data.

Tahap ini peneliti menyajikan data-data yang telah direduksi. Penyajian data dilakukan untuk menyajikan data-data yang berkaitan dengan manajemen promosi produk tabungan wadi'ah melalui observasi.

### 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan kegiatan untuk menarik makna dari data yang disajikan, pada tahap ini peneliti berusaha mencari makna dari data yang telah direduksi dengan cara membandingkan, mencari pola, tem, hubungan persamaan, mengelompokkan, dan memeriksa hasil yang telah diperoleh dalam penelitian.

Peneliti melakukan kesimpulan berdasarkan temuan dan data-data yang telah didapat peneliti dari data yang sudah disajikan tentang manajemen promosi produk tabungan wadi'ah melalui observasi.

## F. Keabsahan Data

Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh dengan menggunakan teknik *triangulasi sumber*. *Triangulasi sumber* adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Hal ini dapat dicapai dengan jalan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data dari hasil wawancara.

---

<sup>40</sup>Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Model-model Baru*, terj. Tjetcep Rohidi, (Jakarta: UI-Press, 2014), 15.

2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan yang dikatakan secara pribadi.

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

Tahap-tahap yang dimaksud dengan penelitian ini yaitu berkaitan dengan proses pelaksanaan penelitian. Tahap-tahap penelitian yang peneliti lakukan terdiri dari tahapan pra lapangan, tahapan pelaksanaan penelitian, dan tahap penyelesaian.<sup>41</sup> Berikut penjelasannya:

#### 1. Tahap pra lapangan

Tahap pra lapangan terdiri dari lima tahap, diantaranya yaitu:

##### a. Menyusun rancangan penelitian

Pada tahap ini peneliti membuat rancangan penelitian terlebih dahulu, dimulai dari pengajuan judul, selanjutnya konsultasikan kepada dosen pembimbing dan dilanjutkan penyusunan proposal penelitian sampai presentasi.

##### b. Memilih lapngan penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah Kantor Kas BPR Syariah Besuki. Penelitian ini dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki karena keadaan lokasi yang berdekatan dengan pasar di kecamatan besuki yaitu di pasar besuki. Karena Kantor Kas BPR Syariah adalah lembaga keuangan syariah satu satunya yang berada di Kecamatan Besuki dan juga dikenal baik oleh masyarakat sebagai lembaga

---

<sup>41</sup> Hengki Wijaya dan Umrati, *Analisis Data Kualitatif*, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), 155.

keuangan syariah yang terpercaya melalui produk dan jasa yang di tawarkan dengan persyaratan yang mudah.

c. Mengurus perizinan

Peneliti mengurussurat perizinan terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian dengan meminta surat permohonan penelitian kepada pihak kampus untuk diserahkan kepada pimpinan Kantor Kas BPR Syariah Besuki

d. Menentukan informan

Peneliti memilih informan untuk mendapatkan informasi. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pimpinan dan semua karyawan Kantor Kas BPR Syariah Besuki.

2. Tahap pelaksanaan lapangan

Peneliti melakukan penelitian lapangan dengan beberapa tahapan, yaitu:

- a. Memahami latar penelitian
- b. Memasuki lapangan penelitian
- c. Mengumpulkan data
- d. Menyempurnakan data yang belum lengkap
- e. Konsultasi kepada pihak yang berwenang

3. Tahap penyelesaian

- a. Menganalisis data yang diperoleh
- b. Mengurus surat perizinan selesai penelitian
- c. Menyajikan data dalam bentuk laporan



## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

Kantor Kas BPR Syariah Besuki merupakan salah satu Badan usaha Milik Daerah Pemerintah kabupaten situbondo dengan kegiatan utama melakukan usaha perbankan berdasarkan prinsip Syariah dan perundang-undangan yang berlaku.

Kantor Kas BPR Syariah Besuki beralamat di Jalan PB. Sudirman Karangasem Kelurahan Patokan Situbondo Telepon (0338) 675939 Fax (0338) 676121. Pada saat ini baru dapat melayani nasabah di wilayah perkotaan. Direncanakan pada pertengahan tahun 2006 akan dilakukan perluasan layanan di wilayah Besuki dengan membuka kantor cabang dan di wilayah Asembagus dengan membuka kantor kas.

##### **1. Sejarah Pendirian Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Dasar pemikiran didirikannya Kantor Kas BPR Syariah Besuki adalah untuk memberikan pelayanan pada sebagian masyarakat yang belum terlayani oleh bank yang sudah ada karena bank-bank tersebut masih menggunakan sistem bunga. Disadari bahwa bagi sebagian masyarakat Situbondo masih beranggapan bahwa kegiatan perbankan yang menggunakan sistem bunga tidak sejalan dengan prinsip Syariah sehingga keikutsertaan mereka dalam sektor perbankan menjadi tidak optimal.

Kantor Kas BPR Syariah Besuki yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Pemerintah Kabupaten Situbondo

ditetapkan dengan Peraturan Daerah Nomor : 5 Tahun 2003 tentang Pendirian Perseroan Terbatas (PT) Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Syariah Situbondo.

## 2. **Asas, Maksud dan Tujuan Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Situbondo Nomor 5 Tahun 2003, Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam melaksanakan usahanya berdasarkan prinsip syariah dengan maksud dan tujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian masyarakat dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah.

Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut Kantor Kas BPR Syariah Besuki melakukan usaha dibidang perbankan dalam arti yang seluas-luasnya dan usaha lain yang menunjang kegiatan usaha tersebut yang lazim dilakukan dalam kegiatan perbankan berdasarkan ketentuan syariah dan perundang-undangan yang berlaku.

## 3. **Dasar Hukum Pengelolaan Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

- a. Akte Pendirian : No. 08 tanggal 20 Agustus 2003
- b. Persetujuan Menteri Kehakiman : No. C- 25954 HT.01.01 TH 2003
- c. Ijin Prinsip Surat Direktorat Perbankan Syariah BI No. 6/11/DPbS tanggal 8 Januari 2004 Surat BI Jember No. 6/1/DPbS/Jr tanggal 13 Januari 2004

- d. Ijin Usaha Surat Direktorat Perbankan Syariah BI No. 6/375/DPbs tanggal 9 Maret 2004 Surat BI Jember No. 6/1/DPbS/Jr tanggal 13 Januari 2004
- e. N P W P : 02.162.410.1.627.000

#### 4. **Visi Dan Misi Perusahaan Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

##### VISI :

Menjadi BPR Syariah Situbondo yang terkemuka dan profesional serta dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat khususnya di Situbondo

##### MISI :

- a. Memberikan pelayanan perbankan dengan berdasarkan Al-Qur'an dan Al-Hadist.
- b. Memberdayakan ekonomi kerakyatan Islami yang dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat.
- c. Menjadikan perusahaan yang profesional, menguntungkan dan berkembang.
- d. Meningkatkan kualitas pegawai yang professional dan mengerti sepenuhnya aspek-aspek perbankan syari'ah.

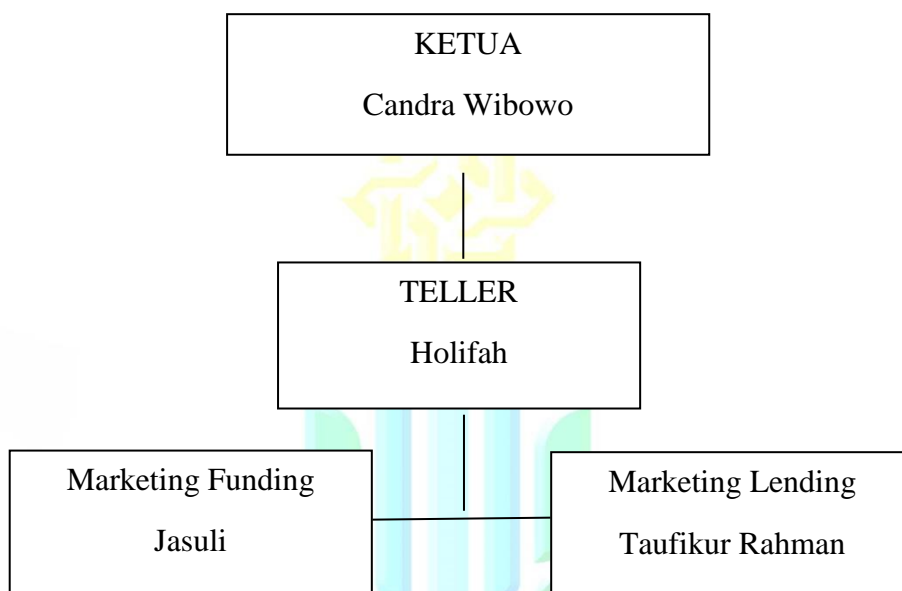
#### 5. Prinsip Kerja Kantor Kas BPR Syariah Besuki

- a. Keadilan : Mempertimbangkan keadilan atas porsi bagi hasil kepada nasabah
- b. Kemitraan: Memposisikan nasabah sejajar dengan bank sebagai mitra usaha yang amanah, saling menguntungkan dan tanggung jawab.



- c. Keterbukaan: Memberikan keterbukaan laporan keuangan secara berkesinambungan, sehingga nasabah dapat mengetahui kualitas manajemen dan kondisi bank.
  - d. Universal: Memberikan layanan perbankan syariah kepada seluruh lapisan masyarakat dengan tidak memandang status kehidupan, suku maupun golongan.
6. Prinsip Operasional Kantor Kas BPR Syariah Besuk
- a. Al Wadiah (titipan) untuk produk simpanan
  - b. Syirkah (bagi hasil) untuk produk simpanan dan pembiayaan
  - c. Al Ba'I (jual beli) untuk produk pembiayaan
  - d. Al Ajr (fee) untuk produk jasa lainnya.
7. Budaya Perusahaan Kantor Kas BPR syariah Besuki
- a. Siddiq: Bersikap jujur terhadap diri sendiri, orang lain dan Allah SWT
  - b. Istiqomah: Bersikap teguh, sabar dan bijaksana
  - c. Fathonah: Profesional, disiplin dan bekerja keras dan inovatif
  - d. Amanah: Penuh rasa tanggung jawab dan saling menghormati dalam menjalankan tugas dan menjalani nasabah
  - e. Tabligh: Bersikap mendidik, membina dan memotivasi pihak lain (para pegawai dan nasabah)

## 8. Organisasi Kantor Kas BPR Syariah Besuk



### B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian memuat tentang uraian data yang diperoleh dengan menggunakan metode atau prosedur yang diuraikan pada bab-bab sebelumnya. Uraian ini berisi tentang diskripsi data yang disajikan dengan topik yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam bentuk pola, tema, kecenderungan yang muncul dari data.

Sesuai dengan metode dengan pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini, maka peneliti akan menyajikan dua macam pengumpulan data yaitu hasil observasi yang dilakukan peneliti yang kemudian diperkuat dengan data hasil wawancara.

## 1. Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi`ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki

Promosi penjualan merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan Pemasaran dengan cara promosi. Hal ini bisa mempercepat tujuan strategi pemasaran untuk bisa menarik konsumen baru. Pendapat tersebut sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo yang mengatakan bahwa:

Promosi dalam perusahaan itu sangat penting untuk bisa menarik banyak konsumen, aspek ini berhubungan dengan cara yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki agar masyarakat mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan<sup>42</sup>

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya promosi merupakan sesuatu yang sangat penting untuk lembaga keuangan sehingga hal ini bisa menarik konsumen supaya tahu akan produk-produk yang Ditawarkan. Hal ini juga selaras dengan yang diungkapkan oleh Hlifah Taufikur Rahman selaku marketing lending yang mengatakan bahwa:

Untuk dapat memberitahukan nasabah tentang produk tabungan wadi`ah yakni dengan cara promosi, di sini memakai promosi marketing mix yang terakhir di mana lembaga ini mempromosikan seluruh produk terutama tabungan wadi`ah serta jasa yang dimiliki dengan langsung ataupun tidak langsung karena tanpa promosi jangan harap nasabah kan tahu akan apa yang menjadi produk Lembaga ini.<sup>43</sup>

Dari pendapat tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi promosi yang dipakai oleh Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni

<sup>42</sup> Candra Wibowo, wawancara Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>43</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 2022

marketing mix yang terakhir dengan cara langsung ataupun tidak langsung dengan tujuan untuk memperkenalkan produk tabungan wadi`ah kepada nasabah. Pendapat dari Jasuli selaku Marketing fending juga mengungkapkan:

Tujuan promosi yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki ini yakni untuk memberikan informasi segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru, nah kemudian promosi ini memiliki fungsi mengingatkan nasabah akan produk salah satunya produk tabungan wadi`ah. Promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan Citra bank di mata para nasabahnya.<sup>44</sup>

Dari ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya kantor kas BPR Syariah Besuki memiliki tujuan promosi yakni untuk memberikan informasi terkait produk tabungan wadi`ah yang ditawarkan kepada nasabah dengan fungsi untuk mengingatkan nasabah akan produk yang ditawarkan yakni berusaha memberikan pengaruh pada nasabah untuk membeli produk tersebut sehingga bank mempunyai nama di hati nasabah.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya promosi adalah suatu yang sangat penting untuk memberikan informasi dan memperkenalkan produk yang akan dijual, tanpa adanya promosi yang baik oleh suatu perusahaan maka produk yang ditawarkan akan dijual tidak dikenali oleh pasaran. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo yang mengatakan bahwa:

---

<sup>44</sup> Jasuli, wawancara, Besuki, 20 Juni 2022.

Maka sebab itu diperlukannya penetapan strategi yang efektif guna memperkenalkan produk yang ditawarkan seperti halnya tabungan wadi'ah yang ada dalam kantor kas BPR Syariah Besuki yang berupa simpanan pihak ketiga yang dikeluarkan oleh bank dengan menyetorkan dan menariknya kapan saja. Maka dari ini dalam memperkenalkan produk ini diperlukan strategi promosi yang baik supaya nasabah dan calon nasabah akan meningkat sehingga terciptanya profitabilitas maksimal bagi kantor kas BPR Syariah Besuki. ada beberapa cara dalam promosi ini antara lain seperti periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, publisitas.<sup>45</sup>

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwasanya strategi promosi yang baik sangat menentukan laku tidaknya tabungan Wadi'ah yang ada di Lembaga Keuangan BPR Syariah Besuki.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, kantor KAS BPR Syariah Besuki melakukan promosi untuk meningkatkan nasabahnya dan untuk mengenalkan produknya ke nasabah. Kegiatan pemasaran yang dipakai yakni marketing mix yang terakhir yaitu promosi dengan cara langsung ataupun tidak langsung dengan tujuan untuk memperkenalkan produk tabungan wadi'ah kepada nasabah. Promosi dilakukan untuk meningkatkan nasabah. Maka dari itu untuk memperkenalkan produk ini dibutuhkan promosi yang sesuai untuk meningkatkan profitabilitas yang maksimal. Berdasarkan observasi ini terdapat beberapa promosi yang dilakukan dalam Lembaga Keuangan BPR Syariah Besuki untuk mempromosikan tabungan wadi'ah seperti periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, serta publisitas.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>46</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

**a. Strategi Promosi Periklanan Produk Tabungan Wadi`ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua Kantor Kas Besuki BPR Syariah Situbondo:

Strategi promosi periklanan tabungan wadiah di Kantor Kas Besuki BPR Syariah Situbondo, promosi periklanan ini dilakukan dengan cara menyebarkan brosur kepada masyarakat. Mekanisme promosi periklanan tabungan wadiah yang dilakukan pihak marketing. Pertama marketing mempromosikan produk dengan cara menjelaskan produk melalui brosur brosur yang diterbitkan kepada masyarakat dan juga diberikan kepada masyarakat yang datang langsung ke Kantor Kas Besuki BPR Syariah Situbondo<sup>47</sup>

Dari pendapat tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi dengan menggunakan preklanan Kantor Kas Besuki BPR Syariah Situbondo yakni dengan cara menyebarkan brosur untuk masyarakat dengan cara marketing. Pelaksanaan promosinya yaitu dengan mempromosikan produk melalui pemberian penjelasan terkait produk melalui brosur, lalu diberikan kepada masyarakat ataupun diberikan kepada nasabah yang datang ke kantor. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Holifah yang mengatakan bahwa:

Membuat promosi produk tabungan wadiah melalui periklanan Yakni dengan media cetak seperti brosur, banner, koran ataupun lainnya. Tidak hanya itu kantor BPR Syariah Besuki juga membuat website dalam melakukan promosi supaya nasabah dapat mengenal produk tabungan Wadi`ah.<sup>48</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi promosi yang dilakukan dengan periklanan yakni menggunakan

---

<sup>47</sup> Candra Wibowo, wawancara , Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>48</sup> Holifah, wawancara , Besuki, 16 Juni 2022.

brosur banner koran ataupun lainnya serta juga menggunakan website dalam melakukan promosi supaya nasabah bisa mengenal produk. Hal ini juga sejalan dengan wawancara yang dilakukan kepada Jasuli selaku Marketing funding yang mengatakan bahwa:

Strategi periklanan merupakan iklan melalui media massa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan wadiah yaitu dengan cara memberikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah dan memasang spanduk yang diletakkan di tempat-tempat strategis<sup>49</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi periklanan yakni dengan melalui media massa untuk memasarkan produk tabungan wadiah, selain itu juga pemasangan spanduk yang dipasang di tempat yang strategis. Kegiatan wawancara yang dilakukan dengan marketing Lending Taufikur Rahman juga mengungkapkan bahwasanya:

Kalau promosi periklanan itu biasanya memakai brosur, biasanya promosi memakai Bahasa komunikasi yang mudah dipahami masyarakat selain itu juga iklan dibuat dengan semenarik mungkin agar menjadi pusat perhatian bagi yang membaca iklan tersebut, apalagi sasaran promosi produk tabungan wadiah merupakan masyarakat yang berasal dari kelas bawah<sup>50</sup>.

Dari Ungkapan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya dalam membuat iklan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan iklan dibuat dengan semenarik mungkin supaya bisa menarik para nasabah untuk membaca iklan.

<sup>49</sup> Jasuli, wawancara , Besuki, 20 Juni 2022

<sup>50</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 2022



Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kantor KAS BPR Syariah Besuki menerapkan strategi promosi periklanan melalui media massa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan wadiah yaitu dengan cara memberikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah dalam memasang spanduk yang diletakkan di tempat-tempat strategis.<sup>51</sup>

#### **b. Strategi Promosi Penjualan Produk Tabungan Wadiah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kantor KAS BPR Syariah Besuki melakukan Promosi tabungan wadiah dengan promosi penjualan atau sales promotion yakni promosi yang dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki dilakukan melalui pemberian cinderamata, hadiah serta kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.<sup>52</sup> Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua pimpinan yang mengatakan bahwa:

Dalam mempromosikan tabungan wadiah melalui strategi ini, strategi promosi penjualan atau *promotion selling* ini yakni dengan memberikan reward atau hadiah yang akan diberikan kantor kas kepada nasabah apabila menggunakan produk tabungan wadiah setiap bulannya, hal ini membuat nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Pihak bank akan memberikan bonus setiap bulannya kepada nasabah dan nasabah boleh mengambil tabungannya setiap waktu.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

<sup>52</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

<sup>53</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya dalam strategi promosi melalui promosi penjualan ini Kantor Kas BPR Syariah Besuki akan memberikan hadiah untuk nasabah apabila memakai produk tabungan wadiah yang diberikan setiap bulan. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah untuk memakai produk ini, pihak bank juga akan memberikan bonus kepada nasabah setiap bulannya dan nasabah boleh mengambil tabungannya setiap waktu. Tidak hanya itu mekanisme yang dilakukan oleh kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni Dengan mendatangi langsung ke rumah-rumah masyarakat untuk mempromosikan produk tabungan wadiah ini.

Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Holifah selaku Teller yang mengungkapkan:

Strategi penjualan yang dilakukan dengan datang-datang langsung ke rumah masyarakat dan menjelaskan tentang produk yang ada di bank tersebut yakni produk tabungan wadiah serta melihat pelaksanaannya, kendalanya, dan bagaimana strategi yang baik untuk menarik nasabah.<sup>54</sup>

Dari pendapat tersebut juga diperjelas dengan wawancara yang dilakukan kepada Taufikur Rahman selaku Marketing Lending yang mengatakan bahwa:

Promosi yang dilakukan dengan cara penjualan ini yaitu marketing mempromosikan produk tabungan wadiah ini dengan cara yang jelas dan baik sehingga masyarakat dapat memahami dan tertarik untuk bergabung dengan kantor kas BPR Syariah Besuki. Strategi yang dilakukan dalam penjualan ini dengan cara mempromosikan produk untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Holifah, wawancara, Besuki, 16 Juni 2022

<sup>55</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 2022

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya promosi penjualan dilakukan dengan pihak marketing datang kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman dan menarik masyarakat supaya ikut bergabung dalam tabungan Kantor Kas BPR Syariah Besuki, di mana pihak marketing akan mencari nasabah yang sebanyak-banyaknya untuk menggunakan produk tabungan wadi`ah ini. Hal ini juga sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Jasuli selaku Marketing Funding yang mengatakan:

Pada strategi promosi penjualan di kantor Kantor Kas BPR Syariah Besuki mempunyai inisiatif dalam mencari nasabah di mana para karyawan Kantor Kas BPR Syariah Besuki melakukan sosialisasi dan pemasaran produk dengan cara terjun ke pasar secara langsung untuk menemui calon Nasabah.<sup>56</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi promosi penjualan dilakukan oleh Kantor Kas BPR Syariah dengan datang langsung kepada nasabah untuk melakukan penjualan dengan memasarkan produknya melalui sosialisasi.

Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua pimpinan yang mengatakan bahwa:

Dengan promosi penjualan biasanya pihak Kantor Kas BPR Syariah Besuki memberikan diskon kepada calon nasabah yang akan menabung ketika menggunakan produk tabungan wadi`ah. Nasabah tidak perlu menanggung biaya administrasi. Selain itu nasabah juga hanya perlu membuka rekening tabungan wadi`ah dengan jumlah saldo yang tidak terlalu tinggi yaitu hanya Rp 25.000 untuk setoran awal dan Rp. 10.000 untuk setoran

---

<sup>56</sup> Jasuli, wawancara, Besuki, 20 Juni 2022.

berikutnya. Karena setoran tabungan yang tidak terlalu tinggi membuat masyarakat kalangan bawah ke atas sangat tertarik dalam menggunakan produk tabungan wadiah.<sup>57</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya kegiatan promosi penjualan ini yakni juga dilakukan dengan pemberian diskon kepada calon nasabah yang akan menabung supaya selanjutnya mereka akan terus tertarik untuk melakukan tabungan wadiah ini

### **c. Strategi Promosi Melalui Publisitas (Publicity) Tabungan**

#### **Wadiah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua pimpinan yang mengatakan bahwa:

Kegiatan yang dilakukan dalam melaksanakan publisitas pertama Kantor Kas BPR Syariah melakukan kegiatan untuk mendekatkan diri kepada nasabah dan mengadakan kegiatan sosial dengan masyarakat di daerah Besuki dan sekitarnya, dalam kegiatan tersebut pihak bank dapat mempromosikan produknya dan tujuan diadakan kegiatan sosial tersebut guna bank untuk mendekatkan diri kepada masyarakat.<sup>58</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya salah satu promosi yang dilakukan oleh Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni dengan mendekatkan diri dengan masyarakat melalui penunjangan kegiatan sosial dalam kegiatan tersebut pihak bank akan mempromosikan produk tabungan wadiah untuk mengenalkan kepada masyarakat, sehingga masyarakat bisa tertarik akan produk tabungan ini. Hal ini juga sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada pihak marketing lending Taufiqur rahman yang mengatakan bahwasanya:

<sup>57</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>58</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

Kegiatan strategi promosi yang dilakukan melalui kegiatan publisitas ini yakni dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat dengan memberikan penjelasan yang tidak terlalu formal untuk masyarakat. Strategi yang dilakukan dalam promosi ini untuk mendekatkan diri pada masyarakat sehingga masyarakat Besuki dan sekitarnya bisa tertarik akan produk yang ada di Kantor Kas BPR Syariah salah satunya produk tabungan wadi`ah ini. Hal ini juga dilakukan untuk mendekatkan kekerabatan antara Kantor Kas BPR Syariah dengan masyarakat.<sup>59</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya kegiatan strategi promosi dengan publisitas yakni dilakukan supaya tidak terlalu memberikan penjelasan yang formal kepada masyarakat sehingga hal ini bisa mendekatkan antara Kantor Kas BPR Syariah Besuki dengan masyarakat. Hal ini juga dikuatkan dengan pendapat Jasuli selaku marketing funding yang mengatakan bahwasanya:

Strategi promosi yang dilakukan dengan publisitas pihak kantor Bank Syariah Besuki melakukan promosi dengan mendekatkan diri kepada masyarakat dan mengadakan kegiatan sosial dengan melihat mekanisme, keefektifan serta strategi yang dipakai ini.<sup>60</sup>

Hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya strategi promosi dengan publisitas ini dengan melalui kegiatan sosial pada masyarakat. Pihak Kantor Bank BPR Syariah akan melihat mekanisme yang tepat dalam melakukan strategi ini, dan keefektifannya pada pemakaian strategi ini. Hal ini juga sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Holifah selaku teller yang mengatakan bahwasanya :

Kantor Kas BPR Syariah Besuki memiliki strategi tersendiri untuk bisa bersaing dengan bank-bank lain, baik konvensional maupun Syariah, publik relation juga penting dalam strategi promosi dikarenakan dalam hal ini seorang marketing diharapkan

<sup>59</sup> Taufikur Rahman, wawancara , Besuki, 22 Juni 2022

<sup>60</sup> Jasuli, wawancara, Besuki, 20 Juni 2022.

mempunyai banyak relasi sehingga sifat yang pertama murah senyum dan mudah bergaul harus dimiliki oleh seorang karyawan khususnya marketing.<sup>61</sup>

Sesuai wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua pimpinan yang mengatakan bahwa:

Dengan menggunakan sarana promosi berupa publikasi yakni mempublikasikan di depan umum dengan upaya melakukan Grebeg pasar yang di sekitar wilayah Besuki hal ini supaya menarik perhatian para pedagang. Beberapa pasar yang sering dijadikan sasaran promosi produk tabungan wadi'ah yakni pasar-pasar besar di sekitar Besuki. Para marketing biasanya berupaya untuk menjelaskan tentang produk tabungan wadi'ah kepada calon nasabah maupun nasabah. Hal ini sangat strategis untuk marketing dalam menarik nasabah.<sup>62</sup>

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya selain dilakukan dengan kegiatan social, kegiatan promosi dengan metode ini juga dengan melalui Grebeg pasar, yakni dengan datang ke pasar untuk menarik perhatian pedagang untuk mempromosikan produk tabungan wadi'ah.

Sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kantor KAS BPR Syariah Besuki melakukan Promosi tabungan wadi'ah dengan publisitas yakni dengan menjalin hubungan dengan para nasabah atau masyarakat. Salah satu caranya yaitu dengan melalui kegiatan seperti pameran, perlombaan, dan menjadi sponsor kegiatan. Kegiatan publisitas ini diharapkan dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Selain itu tujuan publisitas ini agar nasabah mengenal lebih

<sup>61</sup> Holifah, wawancara, Besuki, 16 Juni 2022.

<sup>62</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.



dekat dengan begitu nasabah akan selalu mengingat Kantor Kas BPR Syariah Besuki dan diharapkan akan menarik nasabah.<sup>63</sup>

#### **d. Strategi Promosi Penjualan Pribadi (Personal Selling) Produk**

##### **Tabungan Wadi`ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, kantor KAS BPR Syariah Besuki melakukan Promosi tabungan wadi`ah dengan penjualan pribadi ini yakni penjualan produk yang dilakukan oleh seluruh pegawai yang ada di Kantor Kas BPR Syariah Besuki di mana strategi penjualan yang dilakukan oleh *marketing funding* serta *customer service* yang melakukan *Cross selling* yaitu strategi untuk meningkatkan penjualan produk baru kepada nasabah yang sudah ada dengan cara menawarkan produk lainnya yang berbeda.<sup>64</sup>

Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Ketua Pimpinan Kantor Kas Besuki BPR Syariah Besuki Situbondo Candra Wibowo yang mengatakan bahwasanya:

Penjualan pribadi ini merupakan penjualan yang dikerjakan oleh pihak marketing terhadap nasabah dengan Interaksi langsung kepada nasabah. Ddalam pelaksanaannya penjualan pribadi ini menggunakan promosi melalui mulut ke mulut ataupun dari masyarakat ke masyarakat.<sup>65</sup>

Dari hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya penjualan pribadi yang dilakukan untuk mempromosikan tabungan wadiah yaitu dengan penjualan yang dilakukan oleh pegawai bank melalui mulut ke mulut ataupun masyarakat ke masyarakat kepada

<sup>63</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

<sup>64</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>65</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.



nasabah yang datang langsung kepada Kantor Kas BPR Syariah Besuki. Data tersebut diperkuat dengan pendapat Jasuli selaku marketing funding yang mengatakan bahwasanya:

Strategi promosi yang dilakukan dengan promosi penjualan pribadi dengan melakukan promosi pihak marketing berinteraksi langsung terhadap nasabah. Kadang kala apa yang didengar nasabah kurang jelas, sehingga tak jarang promosi ini akan kurang efektif karena kurang jelasnya nasabah ke nasabah lainnya memberikan informasi maka dari itu promosi ini akan efektif apabila pihak bank menyampaikan kepada masyarakat itu benar-benar jelas dan dimengerti oleh masyarakat.<sup>66</sup>

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya strategi penjualan pribadi ini yakni dengan pihak marketing langsung mempromosikan produk tabungan wadi`ah kepada nasabah sehingga nasabah mengerti apa yang menjadi produk dari Kantor Kas BPR Syariah Besuki ini. Akan tetapi sering juga nasabah yang kurang jelas mengartikan produk sehingga dalam memberikan informasi dari masyarakat ke masyarakat lain juga kan kurang jelas, maka dari itu promosi ini akan efektif apabila pihak kantor kas menyampaikan kepada masyarakat dengan jelas apa terkait dengan produk tabungan wadi`ah ini.

Hal ini juga sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada pihak marketing Lending Taufikur Rahman yang mengatakan bahwa:

Strategi dari penjualan pribadi ini juga dilakukan dengan kegiatan yang berpola pada adanya upaya jemput bola, merupakan salah satu cara memikat nasabah untuk menggunakan produk tabungan wadi`ah yaitu hanya dengan para nasabah tinggal menelpon pihak bank ketika ingin menabung dan pihak bank akan langsung

---

<sup>66</sup> Jasuli, wawancara, Besuki, 20 Juni 2022.

mendatangi nasabah untuk melakukan transaksi baik untuk biaya penarikan ataupun menabung dengan tabungan wadi`ah ini.<sup>67</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya penjualan Pribadi tidak hanya dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah akan tetapi juga dilakukan dengan kegiatan menjemput bola yang artinya pegawai bank akan mendatangi nasabah jika ingin menabung melalui tabungan wadi`ah dengan cara pihak nasabah akan menelepon pihak bank jika ingin melakukan transakis, dan pihak bank akan mendatangnya, baik itu nasabah yang ingin menabung ataupun nasabah yang ingin melakukan penarikan .

Hal ini juga sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada Holifah selaku Teller yang mengatakan bahwasanya:

Dalam penjualan pribadi ini biasanya juga dilakukan dengan marketing. Pihak Kantor KAS BPR Syari`ah besuki akan datang ke rumah ke rumah atau di sekitaran daerah Besuki untuk melaksanakan promosi. Pihak marketing akan melakukan pendekatan secara kekeluargaan agar lebih mudah untuk menarik perhatian nasabah Penjualan pribadi biasanya dilakukan oleh para marketing dengan bertatapam langsung dengan calon nasabah guna menarik perhatian pelanggan.<sup>68</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya dalam penjualan pribadi ini pegawai Kantor KAS BPR Syari`ah besuki akan datang ke rumah rumah untuk melakukan promosi yang dilakukan dengan pegawai kantor bertatapam langsung dengan calon nasabah untuk menarik perhatian.

---

<sup>67</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 202

<sup>68</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 2022

## 2. Hambatan Dalam Promosi Tabungan Wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang mengacu pada hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan beberapa narasumber secara garis besar strategi promosi tabungan wadi'ah di kantor KAS BPR Syariah Besuki dalam memasarkan produknya terdapat kendala yang dihadapi antara lain sesuai dengan wawancara yang dilakukan kepada pimpinan KAS BPR Syari`ah besuki yang mengatakan:

Tentunya terdapat beberapa kendala yang dilakukan dalam mempromosikan produk tabungan ini, misalnya kalau dengan promosi periklanan itu kendala yang terdapat dalam promosi ini pihak marketing yang menjelaskan tentang produk lewat brosur terlalu fokus ke brosur sehingga masyarakat merasa tidak paham dengan penjelasan marketing tersebut. Nah pihak marketing ini hanya fokus ke brosur saja sehingga bersifat formal dan tidak memperhatikan paham enggaknya nasabah.<sup>69</sup>

Dari hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya kendala yang dihadapi dalam strategi promosi periklanan pihak marketing memberikan penjelasan yang hanya fokus kepada brosur saja sehingga banyak masyarakat yang tidak paham akan penjelasan marketing tersebut.

Hal tersebut juga sependapat dengan wawancara yang dilakukan kepada Jasuli selaku marketing funding yang mengatakan:

Kendala yang terdapat dalam promosi ini pihak marketing yang menjelaskan tentang produk lewat brosur terlalu fokus ke browser sehingga masyarakat merasa tidak paham dengan penjelasan. Promosi yang efektif sebaiknya pihak marketing lebih memperhatikan pada nasabah apakah penjelasan yang

---

<sup>69</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

disampaikan bisa dimengerti nasabah dan penyampaian dalam menjelaskan produk wadi'ah tersebut tidak terlalu berfokus pada brosur saja.<sup>70</sup>

Dari ungkapan tersebut kendala yang di hadapi dalam memasarkan produk dalam periklanan yakni kurang pahamnya marketing akan promosi yang efektif sehingga nasabah tidak paham dan tidak tertarik akan produk wadi'ah.

Hal tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, hambatan dalam mempromosikan tabungan wadi'ah melalui periklanan di kantor KAS BPR Syariah Besuki pihak marketing yang menjelaskan tentang produk lewat brosur terlalu fokus ke browser sehingga masyarakat merasa tidak paham dengan penjelasan.<sup>71</sup>

Adapun wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo selaku ketua pimpinan KAS BPRS Besuki Situbondo mengatakan bahwasanya:

Setiap melaksanakan promosi pasti ada kendalanya selain di periklanan juga terdapat beberapa kendala dalam strategi promosi melalui penjualan yakni kendala yang didapatkan oleh kantor kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk tabungan wadi'ah disebabkan pihak marketing yang mempromosikan produk kurang maksimal dan masyarakat tidak mengerti.<sup>72</sup>

Hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya sama halnya dengan promosi iklan promosi melalui penjualan ini juga terdapat kendala yang dipahami yakni kurangnya pemahaman masyarakat akan

<sup>70</sup> Jasuli, wawancara , Besuki, 20 Juni 2022.

<sup>71</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

<sup>72</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

produk dikarenakan pihak marketing yang kurang maksimal dalam melakukan promosi produk.

Hasil wawancara dengan holifah selaku teller juga mengatakan bahwasanya:

Promosi yang efektif dalam penjualan pribadi ini sebaiknya marketing mempromosikan produk tabungan wadiah dengan cara yang jelas dan baik sehingga masyarakat dapat memahami dan tertarik untuk bergabung dengan kantor ini. Strategi yang dilakukan dalam penjualan ini dengan cara mempromosikan produk untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya maka dari itu diperlukan pihak marketing yang mampu memberikan pemahaman yang jelas kepada masyarakat sehingga tidak terjadi kendala dalam penerapan strategi ini, karena biasanya kendala yang di hadapi saat promosi itu pihak marketing kurang jelas dalam memberikan informasi. Selain itu kendala yang di hadapai dalam mempromosikan tabungan wadiah kita juga kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan promosi.<sup>73</sup>

Dari ungkapan tersebut mengungkapkan bahwa promosi melalui penjualan ini memiliki kendala yakni kurang jelasnya pihak marketing dalam mempromosikan produk tabungan wadiah, selain itu kendala yang dihadapi oleh pihak KAS BPRS Besuki Situbondo kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan promosi

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak Taufiqurrahman selaku marketing landing yang juga mengatakan:

Bahwasanya strategi promosi tidak berjalan dengan efektif biasanya dikarenakan karena kurangnya sumber daya manusia yang melakukan kegiatan promosi dengan baik, artinya di sini strategi yang digunakan dalam kegiatan promosi masih kurang optimal sehingga produk tabungan wadiah tidak sepenuhnya terpromosikan dengan benar. Selain itu kurangnya sosialisasi pengenalan akan produk tabungan wadiah pada masyarakat hal ini

---

<sup>73</sup> Holifah, wawancara, Besuki, 16 Juni 2022.

dikarenakan sumber daya SDM yang kurang dari kantor BPR Syariah.<sup>74</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut dapat dikatakan bahwasanya strategi promosi tidak berjalan dengan optimal dikarenakan kegiatan promosi yang dilakukan oleh SDM masih kurang artinya hal ini juga dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang melakukan kegiatan promosi.

Hal ini juga diperkuat dengan pendapat teller Halifah yang mengatakan bahwasanya:

Salah satu hambatan yang terjadi dalam mempromosikan tabungan wadiah di kantor kas BPR Syariah ini yakni kurangnya jaringan kantor Bank Syariah, terbatasnya jumlah jaringan dari perbankan syariah untuk menjangkau seluruh masyarakat karena banyak jaringan kantor yang masih hanya tidak dikenal oleh masyarakat sehingga relasinya sangat sedikit.<sup>75</sup>

Dari pendapat tersebut dapat diungkapkan bahwasanya salah satu yang menyebabkan promosi tidak berjalan dengan lancar yakni terbatasnya jaringan kantor BPR Syariah dalam menjangkau masyarakat. Pelaksanaan promosi hanya sekitar masyarakat sekitar besuki. Tidak melebar ke daerah lain karena kurangnya jaringan kantor KAS BPR Syariah besuki untuk mempromosikan tabungan wadi`ah ini.

Dilanjutkan dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada Jasuli selaku marketing funding yang mengatakan bahwa:

Salah satu strategi yang menghambat adanya strategi ini kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang kantor KAS BPR syari`ah, dengan banyak persaingan di tengah bank lain bank

<sup>74</sup> Taufikur Rahman, wawancara, Besuki, 22 Juni 2022

<sup>75</sup> Holifah, wawancara, Besuki, 16 Juni 2022.



konvensional dan bank syariah menyebabkan kantor KAS ini sulit dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat juga kurang mengerti akan produk-produk yang ditawarkan.<sup>76</sup>

Dari hasil wawancara tersebut mengungkapkan bahwasanya strategi promosi memiliki hambatan atau kendala karena kurangnya pengetahuan masyarakat akan kantor kas BPR Besuki Syariah sehingga mereka juga tidak mengerti produk yang ditawarkan salah satunya produk tabungan wadi'ah. Tidak dikenalnya kantor ini karena persaingan dengan bank konvensional atau bank syaria'ah sehingga seluruh produk dalam kantor ini banyak tidak dikenali warga masyarakat.

Hal tersebut sesuai dengan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, hambatan dalam mempromosikan tabungan wadi'ah secara umum di kantor KAS BPR Syariah Besuki terkait kendala yang di hadapi dalam mempromosikan tabungan wadi'ah yakni kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan promosi sehingga strategi promosi tidak berjalan dengan optimal dikarenakan kegiatan promosi oleh SDM masih kurang, kurang optimalnya pegawai bank dalam memasarkan produk. Dalam strategi promosi melalui periklanan, penjualan, publisitas, dan penjulana pribadi pihak marketing kurang maksimal dalam memasarkan produknya selain itu terbatasnya jaringan kantor BPR Syariah dalam menjangkau masyarakat menyebabkan promosi ini lambat dan pengguna produk masih minim serta kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang kantor KAS BPR Syariah Besuki yakni kurangnya pengetahuan

---

<sup>76</sup> Jasuli, wawancara, Besuki, 20 Juni 2022.



masyarakat akan kantor kas BPR Syariah Besuki sehingga mereka juga tidak mengerti produk yang ditawarkan salah satunya produk tabungan wadi`ah.<sup>77</sup>

Lebih lanjut bapak Candrawibowo mengungkapkan terkait dengan kendala yang di hadapi dalam mempromosikan produk tabungan wadi`ah melalui publisitas yakni:

Adapun dalam promosi melalui publisitas kendala yang dihadapi oleh pihak manajemen marketing kantor BPR Syariah yakni masyarakat kurang mengerti dengan penyampaian yang terlalu formal dalam berbicara tentang produk tabungan Wadi`ah, maka dari ini promosi yang efektif seharusnya pihak marketing tidak terlalu formal terhadap masyarakat sehingga bisa mendekatkan diri dengan masyarakat untuk menawarkan produk ini.<sup>78</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat diungkapkan bahwasanya banyak masyarakat yang kurang mengerti akan penyampaian yang terlalu formal tentang produk tabungan wadi`ah. Lebih lanjut Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan kepada bapak Candra Wibowo selaku kepemimpinan BPR Syariah Besuki mengungkapkan:

Persoalan yang terdapat dalam promosi penjualan pribadi ini terdapat kesalahpahaman dengan masyarakat yang satu ataupun yang lainnya disebabkan penyampaian yang kurang jelas dari nasabah ke nasabah lainnya misalnya masyarakat menyampaikan yang berbeda-beda. Nasabah satu misalnya dapat informasi dari kantor terkait tabungan wadi`ah, tapi nanti mereka menginformasikan berbeda ke nasabah lainnya.<sup>79</sup>

Dari pendapat tersebut diungkapkan bahwasanya kendala dalam melakukan promosi melalui penjualan pribadi ini yakni masyarakat yang

---

<sup>77</sup> Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022

<sup>78</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

<sup>79</sup> Candra Wibowo, wawancara, Besuki, 13 Juni 2022.

memperoleh informasi dari kantor kas BPR Syariah Besuki memberikan informasi yang kurang jelas kepada masyarakat lain hal ini dikarenakan karena pihak bank yang kurang menjelaskan dengan rinci kepada nasabah sehingga nasabah kurang memahami terkait dengan produk tabungan wadiah.

### **C. Pembahasan Temuan**

Pada pembahasan ini menguraikan temuan yang ada dilapangan (lokasi penelitian), berdasarkan paparan data yang telah disajikan dan dilakukan analisis, maka dilakukan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dari wawancara dengan teori yang ada serta relevan dengan penelitian ini. Pembahasan penelitian disesuaikan dengan fokus penelitian yang terdapat pada fokus peneliti. Beberapa temuan yang telah diemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Strategi Promosi Produk Tabungan Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki**

Strategi Promosi merupakan upaya untuk menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Baik secara langsung maupun malalui pihak yang dapat mempengaruhi pembeli.

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang mengacu pada hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan beberapa narasumber secara garis besar strategi Promosi Produk Tabungan wadi`ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki dilakukan dengan tujuan promosi yakni untuk

memberikan informasi terkait produk tabungan wadi`ah yang ditawarkan kepada nasabah dengan fungsi untuk mengingatkan nasabah akan produk yang ditawarkan yakni berusaha memberikan pengaruh pada nasabah untuk membeli produk tersebut sehingga bank mempunyai nama di hati nasabah. Promosi adalah suatu yang sangat penting untuk memberikan informasi dan memperkenalkan produk yang akan dijual, tanpa adanya promosi yang baik oleh suatu perusahaan maka produk yang ditawarkan akan dijual tidak dikenali oleh pasaran.

Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat dari Tjiptono yang mengungkapkan bahwasanya promosi pada hakikatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan<sup>80</sup>.

Promosi Produk Tabungan wadi`ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam mempromosikan tabungan wadia`ahnya dengan menggunakan periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, serta publisitas. Hal ini selarasa dengan teori dari Muhammad kuncoro dan Suhardjono yang mengungkapkan Secara garis besar sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah Periklanan (*Advertising*),

---

<sup>80</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasran, (Yogyakarta: Andi Offised, 2001), 219

Penjualan Personal (*Personal selling*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Publisitas (*publicity*).<sup>81</sup>

Adapun temuan peneliti terkait sarana promosi yang ada di Kantor Kas BPR Syariah Besuki antara lain sebagai berikut:

a. Periklanan (*advertising*)

Berdasarkan hasil temuan peneliti terkait strategi Promosi Produk Tabungan wadi`ah melalui periklanan Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, yakni dengan menggunakan brosur, banner, koran dan menggunakan website. Promosi tersebut dilakukan supaya nasabah bisa mengenal produk dengan gampang. Selain itu dibuat iklan dibuat dengan semenarik mungkin. Dalam pemasangan spanduk atau banner dalam periklanan ini diletakkan di tempat-tempat yang strategis.

Pelaksanaan promosi dengan mempromosikan produk melalui pemberian penjelasan terkait produk melalui brosur, lalu diberikan kepada masyarakat ataupun diberikan kepada nasabah yang datang ke kantor.

Berdasarkan temuan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa adanya kesesuaian antara teori yang dikemukakan oleh Muhammad kuncoro dan Suhardjono yang mengatakan bahwasanya strategi promosi melalui periklanan merupakan kegiatan penawaran produk bank kepada kelompok masyarakat secara lisan maupun tulisan baik menggunakan spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi, atau

---

<sup>81</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002), 332

radio. Hal ini juga sesuai dengan pendapat Lingga Purnama yang mengatakan Periklanan merupakan suatu bentuk presentasi nonpersonal atau massa dan promosi ide, barang dan jasa dalam media massa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu.<sup>82</sup>

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Berdasarkan hasil temuan peneliti terkait strategi Promosi Produk Tabungan wadi'ah melalui Promosi penjualan Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni dengan pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal. Memberikan hadiah untuk nasabah apabila memakai produk tabungan wadi'ah yang diberikan setiap bulan. Selain itu promosi ini dilakukan dengan pemberian diskon kepada calon nasabah yang akan menabung misalnya Nasabah tidak perlu menanggung biaya administrasi. Selain itu nasabah juga hanya perlu membuka rekening tabungan wadi'ah dengan jumlah saldo yang tidak terlalu tinggi yaitu hanya Rp 25.000 untuk setoran awal dan Rp. 10.000 untuk setoran berikutnya. Karena setoran tabungan yang tidak terlalu tinggi membuat masyarakat kalangan bawah ke atas sangat tertarik dalam menggunakan produk tabungan wadi'ah.

Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah untuk memakai produk ini, pihak bank juga akan memberikan bonus kepada nasabah setiap bulannya dan nasabah boleh mengambil tabungannya setiap

---

<sup>82</sup> Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia, 2002),166.

waktu. Mekanisme yang dilakukan oleh kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni dengan mendatangi langsung ke rumah-rumah masyarakat untuk mempromosikan produk tabungan wadiah dengan sosialisasi.

Berdasarkan temuan tersebut dapat peneliti simpulkan terdapat kesesuaian dengan teori dari Muhammad kuncoro dan Suhardjono yang mengatakan bahwasanya strategi pemasaran penjualan merupakan kegiatan penawaran produk bank kepada kelompok masyarakat dengan menggunakan peragaan, demonstrasi serta metode yang diawasi oleh bank. Promosi penjualan dapat dibagi kedalam dua kelompok, pertama kegiatan yang ditujukan untuk mendidik atau memberitahu kepada nasabah yang dilakukan dengan brosur, demostrasi serta jasa konsultasi, kedua kegiatan yang ditujukan untuk mendorong masyarakat yang dilakukan dengan memberikan contoh produk atau memberi hadiah.<sup>83</sup>

c. Publisitas (*publicity*)

Berdasarkan hasil temuan peneliti terkait strategi Promosi Produk Tabungan wadiah melalui Publisitas Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni dengan melalui kegiatan seperti pameran, perlombaan, dan menjadi sponsor kegiatan. Promosi yang dilakukan oleh Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni d mendekatkan diri dengan masyarakat melalui penunjangn kegiatan social dalam

---

<sup>83</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002),332

masyarakat seperti perlombaan agustus, menjadi sponsor dalam kegiatan. Pihak bank akan mempromosikan produk tabungan wadi'ah untuk mengenalkan kepada masyarakat, sehingga masyarakat bisa tertarik akan produk tabungan. Selain itu promosi yang dilakukan oleh Kantor Kas BPR Syariah Besuki ini yakni mempublikasikan di depan umum dengan upaya melakukan Grebeg pasar di sekitar wilayah Besuki hal ini supaya menarik perhatian para pedagang. Ini merupakan strategi yang bagus dalam menarik nasabah.

Berdasarkan temuan tersebut peneliti simpulkan bahwa terdapat kesesuaian dengan teori dari Muhammad kuncoro dan Suhardjono yang mengatakan bahwasanya strategi promosi menggunakan publisitas ini merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal, social atau olahraga.<sup>84</sup> Hal ini juga sesuai dengan pendapat Lingga Purnama yang mengungkapkan publisitas merupakan simulasi nonpersonal terhadap permintaan barang, jasa, ide, dan sebagainya dengan berita komersial yang berarti dalam media massa dan tidak dibayar untuk mempromosikan dan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002), 332

<sup>85</sup> Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia, 2002), 166..



d. Penjualan pribadi (*personal selling*)

Berdasarkan hasil temuan peneliti terkait strategi Promosi Produk Tabungan wadi`ah melalui Penjualan pribadi Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki yakni dengan dengan melalui penjualan pribadi yang dilakukan untuk mempromosikan tabungan wadi`ah yaitu dengan penjualan yang dilakukan oleh pegawai bank melalui mulut ke mulut ataupun masyarakat ke masyarakat. Kegiatan ini merupakan kegiatan menjemput bola yang artinya pegawai bank akan mendatangi nasabah jika ingin menabung melalui tabungan wadi`ah dengan cara pihak nasabah akan menelepon pihak bank jika ingin melakukan transaksi, dan pihak bank akan mendatangnya, baik itu nasabah yang ingin menabung ataupun nasabah yang ingin melakukan penarikan.

Dalam strategi penjualan pribadi ini pegawai Kantor KAS BPR Syari`ah besuki akan datang ke rumah rumah untuk melakukan promosi penjualan secara pribadi yang dilakukan dengan pegawai kantor bertatapapan langsung dengan calon nasabah untuk menarik perhatian nasabah nasabah bisa terpengaruh untuk memakai produk tabungan wadi`ah ini.

Berdasarkan temuan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwa kesesuaian dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad kuncoro dan Suhardjono yang mengatakan bahwasanya startegi promosi menggunakan penjualan pribadi ini merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani

serta ikut memengaruhi nasabah.<sup>86</sup> Hal ini juga selaras dengan pendapat Lingga Purnama yang mengatakan bahwa penjualan personal merupakan suatu bentuk interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan. Penjualan personal merupakan alat yang paling efektif dalam hal biaya pada tahapan lebih lanjut, alasannya adalah karena penjualan personal.<sup>87</sup>

## 2. Hambatan Dalam Promosi Tabungan Wadi'ah Di Kantor Kas BPR Syariah Besuki

Mengacu pada hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang peneliti lakukan dengan beberapa narasumber di Kantor Kas BPR Syariah Besuki dapat disimpulkan bawah terdapat beberapa hambatan atau kendala yang dihadapi dalam mempromosikan tabungn wadi`ah yakni sebagai berikut :

- a. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan promosi.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di Kantor Kas BPR Syariah besuki terkait kendala yang di hadapi dalam mempromosikan tabungan wadi`ah yakni kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan promosi. Strategi promosi tidak berjalan dengan efektif dikarenakan karena kurangnya sumber daya manusia yang melakukan kegiatan

<sup>86</sup> Muhammad kuncoro dan Suhardjono, Manajemen Perbankan, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 2002),332

<sup>87</sup> Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: Gramedia, 2002),166.

promosi sehingga produk tabungan wadiah tidak sepenuhnya terpromosikan.

Dari temuan tersebut dapat peneliti simpulkan bahwasanya strategi promosi tidak berjalan dengan optimal dikarenakan kegiatan promosi oleh SDM masih kurang. Dengan artian Kantor Kas BPR Syariah kekurangan sumber daya manusia untuk melakukan kegiatan promosi.

b. Kurang optimalnya pegawai bank dalam memasarkan produk.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di Kantor Kas BPR Syariah besuki terkait kendala yang di hadapi dalam mempromosikan tabungan wadi`ah yakni kurang optimalnya pegawai bank dalam memasarkan produk.

Seperti pada sarana promosi periklanan kendala yang dihadapi pihak marketing memberikan penjelasan yang hanya fokus kepada brosur saja sehingga banyak masyarakat yang tidak paham akan penjelasan marketing tersebut. Pada sarana promosi melalui penjualan juga terdapat kendala yang dialami yakni kurangnya pemahaman masyarakat akan produk, dikarenakan pihak marketing yang kurang maksimal dalam melakukan promosi. Kendala dalam promosi penjualan ini juga banyak masyarakat yang kurang mengerti akan penyampaian yang terlalu formal tentang produk tabungan wadi`ah.

Juga terdapat kenadala atau hambatan dalam strategi promosi melalui Penjualan pribadi yakni masyarakat yang memperoleh

informasi dari kantor kas BPR Syariah Besuki memberikan informasi yang kurang jelas kepada masyarakat lain hal ini dikarenakan karena pihak bank yang kurang menjelaskan dengan rinci kepada nasabah sehingga nasabah kurang memahami terkait dengan produk tabungan wadi'ah. Begitupun dengan publisitas memiliki kendala kurangnya biaya yang akan dikeluarkan oleh pihak Kantor Kas BPR Syariah besuki yang secara tidak langsung berupa tenaga dan waktu untuk persiapan publisitas.

c. Kurangnya jaringan Kantor Kas BPR Syariah Besuki

Berdasarkan hasil temuan peneliti di Kantor Kas BPR Syariah besuki terkait kendala yang di hadapi dalam mempromosikan tabungan wadi'ah juga yakni karena terbatasnya jaringan kantor BPR Syariah

dalam menjangkau masyarakat. Pelaksanaan promosi hanya sekitar masyarakat sekitar besuki. Tidak melebar ke daerah lain karena kurangnya jaringan kantor Kas BPR Syariah besuki untuk mempromosikan tabungan wadi'ah ini.

d. Kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang kantor Kas BPR Syariah Besuki

Berdasarkan hasil temuan peneliti di Kantor Kas BPR Syariah besuki terkait kendala yang di hadapi dalam mempromosikan tabungan wadi'ah juga yakni kurangnya pengetahuan masyarakat akan kantor kas BPR Syariah Besuki sehingga mereka juga tidak mengerti produk yang ditawarkan salah satunya produk tabungan wadi'ah. Tidak

dikenalnya kantor ini karena persaingan dengan bank konvensional atau bank syariah sehingga seluruh produk dalam kantor ini banyak tidak dikenali warga masyarakat.

Dengan demikian dapat peneliti simpulkan status kantor kas BPR Syariah Besuki yang kurang begitu dikenal oleh masyarakat karena dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional yang beroperasi dekat dengan kantor kas BPR Syariah Besuki. Hal tersebut mempengaruhi minat masyarakat dalam promosi produk dan jasa yang notabene masyarakat lebih cenderung ke bank dari pada ke kantor kas BPR Syariah Besuki. Sehingga hal tersebut dapat menurunkan status kantor kas BPR Syariah Besuki.



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

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Setelah penulis menguraikan dalam pembahasan tersebut mengenai Strategi Promosi Tabungan Wadi'ah di kantor kas Besuki BPR Syariah Situbondo maka dapat ditarik kesimpulan diantaranya:

1. Terdapat 4 strategi promosi yang dilakukan oleh kantor Kas BPR Syariah Besuki untuk mengenalkan produk tabungan wadi'ah kepada masyarakat. Strategi promosi yang telah dilakukan antara lain Periklanan (*Advertising*), Penjualan Personal (*Personal selling*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Publisitas (*publicity*). Setelah melakukan strategi promosi tersebut Kantor Kas BPR Syariah mengalami peningkatan jumlah Nasabah di setiap tahunnya
2. Terdapat 4 hambatan yang terjadi dalam mempromosi tabungan wadi'ah pada Kantor Kas BPR Syariah besuki yakni:
  - a. Kurangnya sumber daya manusia dalam melakukan kegiatan promosi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki.
  - b. Kurang optimalnya pegawai Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam memasarkan produk.
  - c. Kurangnya jaringan kantor Kantor Kas BPR Syariah Besuki.
  - d. Kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang kantor Kas BPR Syariah Besuki

## B. SARAN

Dalam skripsi ini akan menyampaikan saran yang mungkin perlu diulas kembali:

1. Untuk Lembaga: Kantor Kas BPR Syariah Besuki sebaiknya melakukan evaluasi dan merekap jumlah nasabah sesuai Strategi awal yang digunakan untuk pendekatan. Hal tersebut berfungsi untuk mengetahui strategi yang mana yang perlu ditingkatkan.
2. Adapun saran untuk Pimpinan dan pihak marketing Kantor Kas BPR Syariah Besuki sebaiknya lebih memperhatikan lagi bagaimana menerapkan strategi promosi yang bisa memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan mengoptimalkan kegiatan promosinya.
3. hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti lainnya yang ingin menulis dengan konsep pada judul dan dapat melengkapi pada persoalan lain yang terkait.

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



## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'I, 2001. *Bank Syariah dari Teori ke praktek*. Jakarta: Gema Insan Press.
- Ansyori, Prayitno, 2019. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemberian Hadiah Dalam Simpanan Wadi'ah Di PT. BPRS Sasaran Prima Mandiri Pamekasan*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Ascarya, 2008. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David W, 1996 Cravens. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Departemen Pendidikan Nasional, 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pusat Utama.
- Hasan, Ali, 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hermanto, 2012 Bambang. *Hukum Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Suska Press.
- Holifah, 2022. diwawancara oleh penulis, Besuki, 16 Juni .
- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Jasuli, 2022. diwawancara oleh penulis, Besuki, 20 Juni
- Kasmir. 2014. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir, 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Kementrian Agama RI, 2014. *Al-Qur'an Terjemah dan Tajwid*. Bandung: Sygma Creative Media Group.
- Marmis, Rika, 2011. *Prinsip wadi'ah dalam produk tabunganku IB Di PT. BNI Syariah Cabang Pekanbaru*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Marshyad, 2022. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Dalam Menggunakan Produk Tabungan Wadi'ah BMT Dana Syariah Giwangan*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Miles, Mththew B. dan A. Michael Huberman,2014. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Model-model Baru, terj. Tjetcep Rohidi*. Jakarta: UI-Press.
- Mita, Lasmita,2010. *Pemikiran Iman Syafi'I Tentang Wadi'ah Dan Relevansinya Dengan Produk Wadiah Di Bank Riau Syariah Cabang Pecan Baru*. Riau: Universitas Isam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Mujahidin, Akhmad,2016. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurjannah, Ani,2012. *Analisis Pemasaran Produk Tabungan Di Bank Muamalat Indonesia (BMT) Cabang Magelang, Salatiga*; IAIN Salatiga.
- Nurnasrina,2012. *Perbankan Syariah 1*. Pekan Baru :Suska Press.
- Observasi di Kantor Kas BPR Syariah Besuki, 13 Juni 2022
- Purnama, Lingga, 2002. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: Gramedia.
- Purnomo, Rizki. Konsep Hadiah Dalam Akad Wadi'ah Di Bank Syariah (Perspektif Fatwa DSN-MUI No: 86/DSN-MUI/X11/2012”
- Rahman, Taufikur. diwawancara oleh penulis, Besuki, 22 Juni 2022.
- Sari, Mega Ratna,2015. *Strategi Pemasaran Produk Tasaqur Di Kjks Binama Tlogosi Semarang*. Semarang: Univeritas Negeri Semarng.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak.
- Sugiyono,2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, Anggi, 2021. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Bank Mega Syariah*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sulistiyani, Rohmah, 2011. *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Di Bank Muamalat Cabang Pembantu Salatiga*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Susanto, Agus,2013. Pengaruh Promosi, Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Batik Tulis Karangmelati Demak”. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Tim Penyusun IAIN Jember 2017,. Tim Penyusun Karya Tulis Ilmiah. Jember IAIN Jember Pres.

Tjiptono, Fandy,2001. *Strategi Pemasran*. Yogyakarta: Andi Offised.

Umam, Khatibul,2016. *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*. Jakarta :PT Raja Grafindo persada.

Wibowo, Candra, 2002. diwawancara oleh penulis, Besuki, 13 Juni.

Wijaya, Hengki dan Umrati, 2020. *Analisis Data Kualitatif*. Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

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



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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurul Qomariyah  
NIM : E20171099  
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam  
Alamat : KP Tanjung RT 003 RW 002 Desa Jetis Kecamatan Besuki  
Kabupaten Situbondo

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi'ah di Kantor Kas BPR Syariah Besuki Situbondo" adalah benar-bener karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Situbondo, 05 April 2023



**Nurul Qomariyah**  
**NIM. E20171099**

Lampiran- Lampiran



**MATRIK PENELITIAN**

Judul	Variabel	Sub variabel	Indikator	Sumber data	Metode penelitian	Fokus penelitian
Strategi promosi produk tabungan wadi'ah dikantor kas BPR syariah besuki	Strategi promosi	Strategi promosi : 1. Sarana promosi 2. Promosi penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan pribadi	1. Saranapromosi 2. Promosipenjualan 3. Publisitas 4. Penjualan pribadi	1. Informan wawancara a. Ketua kantor kas BPR syariah besuki b. Teller c. Marketing funding d. Marketing lending	1. Teknik pengumpulan data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 2. Metode penelitian pendekatan kualitatif a. Metode analisis data dengan metode penelitian lapangan b. Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber c. Lokasi penelitian	1. Bagaimana strategi promosi produk tabungan dikantor kas BPS syariah besuki? 2. Apa saja hambatan yang terjadi dalam promosi tabungan wadi'ah di kantor BPR syariah besuki?

## PEDOMAN PENELITIAN

### INSTRUMEN WAWANCARA

#### STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADI'AH DIKANTOR KAS BPR SYARIAH BESUKI”

##### 1. Pedoman Wawancara Ketua Kantor Kas BPR Syariah Besuki

- a) Apakah produk tabungan *wadi'ah* merupakan produk unggulan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- b) Bagaimana strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* pada Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- c) Kegiatan apa saja yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam mempromosikan produk nya?
- d) Berapa total nasabah untuk produk tabungan *wadi'ah* dari pada 3 tahun terakhir?
- e) Apa *reword* yang akan diberikan jika ada penabung memiliki jumlah saldo tertinggi di bank?
- f) Siapa target yang menjadi sasaran dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- g) Apa faktor penghambat dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- h) Bagaimana mekanisme strategi promosi periklanan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- i) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- j) Bagaimana mekanisme strategi promosi publisitas yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- k) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan pribadi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- l) Dari kegiatan promosi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki apa terdapat kendala dalam penerapan kegiatan-kegiatannya?

- m) Dengan diterapkannya kegiatan promosi-promosi yang telah disebutkan apakah ada dampak pada peningkatan nasabah?

## 2. Pedoman Wawancara Teller

- 1) Apakah produk tabungan *wadi'ah* merupakan produk unggulan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 2) Bagaimana strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* pada Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 3) Kegiatan apa saja yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam mempromosikan produk nya?
- 4) Berapa total nasabah untuk produk tabungan *wadi'ah* dari pada 3 tahun terakhir?
- 5) Apa *reword* yang akan diberikan jika ada penabung memiliki jumlah saldo tertinggi di bank?
- 6) Siapa target yang menjadi sasaran dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- 7) Apa faktor penghambat dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- 8) Bagaimana mekanisme strategi promosi periklanan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 9) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 10) Bagaimana mekanisme strategi promosi publisitas yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 11) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan pribadi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- 12) Dari kegiatan promosi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki apa terdapat kendala dalam penerapan kegiatan-kegiatannya?
- 13) Dengan diterapkannya kegiatan promosi-promosi yang telah disebutkan apakah ada dampak pada peningkatan nasabah?



**3. Pedoman Wawancara Marketing Funding/ Marketing Lending**

- a) Apakah produk tabungan *wadi'ah* merupakan produk unggulan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- b) Bagaimana strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* pada Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- c) Kegiatan apa saja yang dilakukan Kantor Kas BPR Syariah Besuki dalam mempromosikan produk nya?
- d) Berapa total nasabah untuk produk tabungan *wadi'ah* dari pada 3 tahun terakhir?
- e) Apa *reward* yang akan diberikan jika ada penabung memiliki jumlah saldo tertinggi di bank?
- f) Siapa target yang menjadi sasaran dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- g) Apa faktor penghambat dalam melakukan promosi produk tabungan *wadi'ah*?
- h) Bagaimana mekanisme strategi promosi periklanan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- i) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- j) Bagaimana mekanisme strategi promosi publisitas yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- k) Bagaimana mekanisme strategi promosi penjualan pribadi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki?
- l) Dari kegiatan promosi yang dilakukan di Kantor Kas BPR Syariah Besuki apa terdapat kendala dalam penerapan kegiatan-kegiatannya?
- m) Dengan diterapkannya kegiatan promosi-promosi yang telah disebutkan apakah ada dampak pada peningkatan nasabah?

## JURNAL PENELITIAN

Jadwal Kegiatan Penelitian di Kantor Kas BPR Syariah Besuki

No	Kegiatan	Informan	Tanda Tangan
1	17 mei 2022	Menyerahkan Surat Penelitian	ef
2	18 mei 2022	Acc Surat Penelitian	ef
3	6 juni 2022	Pengumpulan data obsevasi, dokumentasi dan Profil Kantor Kas BPR Syariah Besuki	ef
4	13 juni 2022	Wawancara Kepala Kantor Kas BPR Syariah Besuki	ef
5	16 juni 2022	Wawancara Teller Kantor Kas BPR Syariah Besuki	ef
6	20 juni 2022	Wawancara pihak marketing lending Kantor Kas BPR Syariah Besuki	ef
7	22 juni 2022	Wawancara Marketing funding Kantor Kas BPR Syariah Besuki	ef
8	27 juni 2022	Mengambil surat selesai penelitian	ef

Jember, 27 Juni 2022

Pimpinan Cabang  
  
Candra Wibowo





**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-771-6/Un.22/7.a/PP.00.9/05/2022 15 Mei 2022  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

Kepada Yth.  
Kepala BPR Syariah Besuki  
Jl. Wibroto, No 28 Besuki

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

Nama : Nurul Qomariyah  
NIM : E20171099  
Semester : XII (Duabelas)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi'ah di Kantor Kas BPR Syariah Besuki di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



a.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

**Nurul Widyawati Islami Rahayu**

## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Candra Wibowo  
Jabatan : Ketua Kantor Kas

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama : Nurul Qomariyah  
NIM : E20171099  
Fakultas/ prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
Universitas : Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq jember

Telah selesai melakukan penelitian di Kantor Kas Besuki BPR Syariah Besuki Situbondo, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul " Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi'ah di Kantor Kas Besuki BPR Syariah Situbondo.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Besuki, 27 Juni 2022

Ketua Kantor Kas  
  
Candra wibowo









**Lampiran Foto**

**DOKUMENTASI**



**Gambar 1 Wawancara dengan Teller Holifah**



**Gambar 2 Wawancara dengan Ketua Kantor KAS BPRS Besuki Bapak Candra Wibowo**





**Gambar 3 Kegiatan Promosi Tabungan Wadi`ah**

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

## BIODATA PENULIS



Nama : Nurul Qomariyah  
NIM : E20171099  
Tempat/Tgl Lahir : Situbondo, 04 November 1997  
Alamat : Dusun Tanjung RT 003 RW 002 Desa Jetis Kecamatan  
Besuki Kabupaten Situbondo  
Jenis Kelamin : Perempuan  
No. HP : 082316964014  
Email : nurulq798@gmail.com

### Riwayat Pendidikan

2004-2010 : SDN 1 JETIS  
2010-2013 : SMP ISLAM BANYUGLUGUR  
2013-2016 : SMA ISLAM BANYUGLUGUR  
2017-2023 : S1 (UIN KHAS) Jember Fakultas Ekonomi  
Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah

### Pengalaman Organisasi

PMII

DEMA FEBI

IKMAS