

ANALISIS BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PRODUK TABUNGAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH

¹Nurwidya Fatohona Astuti, ²Supardi, ³Aan Shar

¹Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu

²Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu

³Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu

E-mail: nurwidyafathona@mail.uinfabengkulu.ac.id ¹

Supardi@mail.uinfabengkulu.ac.id ²

Aan.shar@uinfabengkulu.ac.id ³

FIDUSIA

*Jurnal Ilmiah Keuangan
dan Perbankan*

ISSN Cetak : 2621-2439

ISSN Online : 2621-2447

Kata kunci: Kata kunci 1,
kata kunci2, dst

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana produk tabungan pada BPRS Fadhilah, untuk mengetahui harga produk tabungan pada BPRS, untuk mengetahui bagaimana lokasi pada BPRS Fadhilah, untuk mengetahui apa saja promosi yang dilakukan oleh BPRS Fadhilah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk yang ada pada BPRS Fadhilah sudah berkualitas dan memiliki keunggulan seperti sudah melakukan pola cash pickup service dengan nasabah yang menggunakan produk tabungan. Dan adapun harga produk tabungan di BPRS Fadhilah sangatlah terjangkau dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk tabungan dengan membebankan biaya administrasi. Disisi lain tempat/lokasi BPRS Fadhilah berlokasi di Jl. A. Yani, Kec. Tlk Segara, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119. Yang dimana lokasih ini sangatlah strategi, dan promosi yang dilakuakn oleh BPRS Fadhilah adalah promosi secara langsung dan tidak langsung. Dan media yang digunakan BPRS Fadhilah dalam memasarkan produk tabungan adalah instagram, facebook, youtube. Dapat disimpulkan bahwa produk tabungan BPRS Fadhilah saat bagus dan berkualitas dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang dimiliki oleh prodak tabungan, dan tempat/lokasih BPRS fadhilah yang sangat strategi dan mempunyai kantor yang nyaman, terakhir promosi yang dilakukan BPRS Fadhilah ada dua yaitu promosi secara langsung dan tidak langsung.

The purpose of this research is to find out what the savings products at BPRS Fadhilah are, to find out the prices of savings products at BPRS, to find out what the location of BPRS Fadhilah is, to find out what promotions are carried out by BPRS Fadhilah. This research is field research, using a qualitative descriptive approach. The data analysis technique used is data reduction, data presentation and drawing conclusions. This research data collection used observation, interview and documentation techniques. The research results show that the products available at BPRS Fadhilah are of high quality and have advantages such as implementing a cash pickup service pattern with customers who use savings products. And the prices of savings products at BPRS Fadhilah are very affordable and in line with the quality and benefits of savings products with no administration costs. On the other

hand, BPRS Fadhilah is located on Jl. A. Yani, District. Tlk Segara, Bengkulu City, Bengkulu 38119. This location is very strategic, and the promotions carried out by BPRS Fadhilah are direct and indirect promotions. And the media used by BPRS Fadhilah in marketing savings products are Instagram, Facebook, YouTube. It can be concluded that BPRS Fadhilah's savings products are currently good and of good quality at affordable prices and in accordance with the benefits of the savings products, and the place/location of BPRS Fadhilah is very strategic and has a comfortable office, finally there are two promotions carried out by BPRS Fadhilah, namely promotions directly and indirectly.

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, lembaga perbankan mengalami kenaikan dan berkembang dengan pesat. Tidak hanya perbankan konvensional akan tetapi perbankan syariah juga berkembang dengan baik. Di Indonesia regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 19 ayat 1 tentang Perbankan Syariah yang mengatur tentang kegiatan usaha Bank Umum Syariah, Bank unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bank Syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia sudah sangat signifikan melihat peningkatan peminat yang semakin bertambah dari tahun ke tahun. Peningkatan perbankan syariah ini dapat dilihat dari beberapa indikator bank syariah yaitu aset, dana pihak ketiga (DPK), pembiayaan dan laba yang didapat dalam menjalankan bisnis bank syariah. Berdasarkan laporan perkembangan perbankan syariah tahun 2022 yang diterbitkan oleh Bank Indonesia, pertumbuhan aset bulan Desember 2021 sebesar 13,82% dengan jumlah aset sebesar Rp.2.050,44 triliun dan Desember 2022 meningkat sebesar 15,87% dengan jumlah aset sebesar Rp2.375,84triliun.

Perkembangan yang terus meningkatkan pada dunia perbankan syariah membuat munculnya lembaga keuangan lainnya seperti badan pembiayaan rakyat syariah(BPRS). Lembaga keuangan BPRS ini melaksanakan kegiatan usaha masyarakat berdasarkan prinsip syariah. Tujuannya untuk membantu usaha masyarakat dengan ekonomi lemah dan pengusaha kecil baik di desa maupun di kota yang tidak terjangkau oleh bank umum. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) diawali dengan adanya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berdasarkan paket deregulasi di bidang keuangan, moneter, dan perbankan pada 27 Oktober 1988 atau dikenal dengan Paket Kebijakan 27 Oktober 1988.

Bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam mencapai kesuksesan suatu bisnis. Oleh karena itu, setiap perusahaan membuat bauran pemasaran untuk menarik pelanggannya, hal ini juga sering terjadi di industri perbankan, termasuk di perbankan syariah. Begitu pula dengan Bank pembiayaan rakyat syariah Fadhilah Kota Bengkulu, terus melakukan kegiatan pemasaran secara terpadu, terutama melalui pengembangan produk dan berbagai kegiatan promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah, Produk yang disediakan oleh Bank pembiayaan rakyat syariah Fadhilah Kota Bengkulu cukup banyak salah satunya adalah tabungan. Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak bisa ditarik dengan cek/bilyet, giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dalam hal ini Dewan Syariah Indonesia (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang

menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

Bank dalam melakukan pemasaran pasti melakukan perencanaan pemasaran secara baik dan benar. Dalam perencanaan pemasaran itu disebut *marketing mix 4p*. Untuk melihat *marketing mix 4p* tersebut bisa di lihat dari empat sisi yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Oleh karena itu dengan adanya suatu permasalahan yang terjadi pada produk tabungan BPRS Fadhilah di kota Bengkulu dalam hal ini penulis meneliti bagaimana produk tabungan BPRS Fadhilah di Kota Bengkulu melalui bauran pemasaran (*marketing mix*).

II. KAJIAN PUSTAKA

A. BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)

Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok guna mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Menurut Nur Rianto pemasaran adalah suatu seni menjual produk sehingga pemasaran proses penjualan yang dimulai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada dalam *marketing mix* itu sendiri, Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*).

B. PEMASARAN

Pemasaran berasal dari kata pasar yang berarti proses transaksi jual beli, dimana individu/kelompok menginginkan, membutuhkan, memiliki daya beli dan ingin mengeluarkan uang. Pasar juga dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang terorganisasi untuk melakukan tawar-menawar, sehingga terbentuklah harga-harga. Pemasaran ialah keseluruhan sistem kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pelanggan yang ada dan pelanggan potensial. Pemasaran ialah menekankan pada bagaimana cara mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun pengertian pemasaran Menurut W.J. Stanton Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan, kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Philip Kotler mengatakan Pemasaran adalah gerakan sosial dan rencana yang dilakukan oleh orang atau kelompok yang sepenuhnya berniat mencapai tujuan mereka dengan membuat barang dan memperdagangkannya dengan jumlah yang nyata untuk kelompok lain.

C. TABUNGAN

1. Pengertian Tabunga

Tabungan adalah simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu. Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan Bab I Pasal 1 butir 5 yang menyatakan bahwa tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi

tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, atau alat yang lainnya yang dapat di persamakan dengan itu. Tabungan merupakan jenis simpanan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu menurut perjanjian antara bank dengan nasabah. Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil, akan tetapi jenis penghimpun dana tabungan merupakan produk menghimpun yang lebih minimal.

2. JENIS-JENIS TABUNGAN

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan terdiri atas dua jenis, yaitu:

- 1) Tabungan yang tidak berdasarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan perhitungan bunga.
- 2) Tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabahdan wadi'ah.

3. AKAD-AKAD TABUNGAN SYARIAH

- a. Akad Mudharabah
- b. Akad Wadiah

4. LANDASAN HUKUM MUDHARABAH DAN WADIAH

- 1) Landasan Hukum Mudharabah

Ketentuan hukum mengenai Mudharabah dapat kita temukan di AlQur'an, Hadis, dan Ijma.

- a) Al-Quran

Landasan Al-qur'an yaitu QS. Al baqara ayat 189 dan artinya.

وَلَيْسَ الْبِرُّ بِأَنْ تَأْتُوا الْبُيُوتَ مِنْ وَسْطِ الْبُيُوتِ مِنْ الْأَهْلِيَّةِ قُلْ هِيَ مَوَاقِيتُ لِلنَّاسِ وَالْحَجِّ ۗ
ظُهُورِهَا وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنِ اتَّقَى ۗ وَأْتُوا الْبُيُوتَ مِنْ أَبْوَابِهَا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Mereka bertanya kepadamu tentang bulan sabit. Katakanlah: "Bulan sabit itu adalah tanda-tanda waktu bagi manusia dan (bagi ibadat) haji; Dan bukanlah kebajikan memasuki rumah-rumah dari belakangnya, akan tetapi kebajikan itu ialah kebajikan orang yang bertakwa. Dan masuklah ke rumah-rumah itu dari pintu-pintunya; dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”

- b) Hadis

Ketentuan hadis mengenai prinsip wadiah ini dapat kita baca dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh ibnuh majah yang artinya :

“Diceritakan kepada kami Hasan bin Ali al-Khallal, diceritakan kepada kami Bisri bin Tsabit al-Bazzar, diceritakan kepada kami Nashr bin al-Qasim dari Abdurrahman bin Daud, dari Shalih bin Shuhaib r.a. bahwa Rasulullah saw. bersabda: “Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan yaitu jual beli secara tangguh, muqaradhadh (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual.”

c) Ijma

Diriwayatkan oleh sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan tidak seorangpun mengingkari mereka. Karenannya, hal itu dipandang sebagai ijma.

2) Landasan Hukum Wadiah

a) Al-Quran

Ketentuan Al-Qur'an mengenai prinsip wadiah terdapat dalam surat An-Nisa (4): 58 yang artinya

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

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

b) Hadis

Ketentuan hadis mengenai prinsip wadiah ini dapat kita baca dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Abu Daud yang artinya:

“Abu Hurairah meriwayatkan bahwa Rasulullah Saw. Bersabda, Sampaikanlah (tunaikannya) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu.”

c) Ijma

Bahwa telah terjadi ijma' dari para ulama terhadap legitimasi wadiah, mengingat kebutuhan manusia mengenai hal ini sudah jelas terlihat.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di suatu tempat atau lokasi yang dipilih untuk meneliti atau menyelidiki sesuatu yang terjadi di tempat tersebut. Dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yang merupakan salah satu teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan memerlukan insting yang tajam dari peneliti. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Pada penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana prodak, harga, tempat dan promosi yang ada pada BPRS Fadhilah di Kota Bengkulu. Teknik penentuan sampelnya adalah *Sampling Purposive* sebanyak 7 orang informan terdiri dari 1 orang manajer, 1 orang marketing *financing* dan 5 orang nasabah BPRS Fadhilah Kota Bengkulu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer didapati dari hasil wawancara dengan 7 orang informan di atas. Sedangkan, sumber data sekunder diperoleh melalui sumber buku, jurnal, artikel-artikel, atau website online terkait dengan BPRS. Penelitian ini menggunakan Teknik

analisis data seperti Reduksi data (*Reduction*), Penyajian data, dan Penarikan kesimpulan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Produk tabungan pada BPRS Fadhilah

menunjukkan bahwa produk tabungan BPRS Fadhilah sudah berkualitas dan memiliki keunggulan karena melakukan pola *cash spickup service* dengan nasabah yang menggunakan produk tabungan. Dan juga jika dibandingkan dengan produk lain produk tabungan di BPRS Fadhilah lebih unggul jika di lihat dari segi pelayan karena nasabah yang menabung di BPRS Fadilah tidak perlu repot-repot ke BPRS Fadhilah untuk mengurus penyetoran atau lain sebagainya karena pihak BPRS Fadhilah sendirilah yang akan turun ke lapangan untuk mengurus semua itu, dan juga ada dua jenis produk tabungan yaitu produk tabungan Mudharabah dan Wadiah.

2. Harga produk tabungan pada BPRS Fadhilah

menunjukkan bahwa harga produk tabungan di BPRS Fadhilah sangatlah terjangkau dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk tabungan dengan membebankan biaya administrasi dan persyaratan yang mudah, dan dengan nominal RP. 25.000 sudah bisa membuka buku tabungan baru.

3. Tempat/lokasi pada BPRS Fadhilah

menunjukkan bahwa tempat/lokasi BPRS Fadhilah berlokasi di Jl. A. Yani, Kec. Tik Segara, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119. Yang dimana lokasinya ini sangatlah strategi, lokasi BPRS fadhilah juga berdekatan dengan perbankan salah satunya dengan Bank Indonesia, dan lokasi mudah untuk dijangkau oleh semua transportasi, dengan kantor yang nyaman dan bersih dan mempunyai fasilitas yang lengkap.

4. Promosi produk tabungan pada BPRS Fadhilah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh BPRS Fadhilah adalah promosi secara langsung dan tidak langsung. Promosi secara langsung yaitu pihak BPRS Fadhilah turun langsung kelapangan ke sekolah, yayasan dan pasar yang menjadi target calon nasabah. Promosi yang secara tidak langsung atau secara online seperti melalui, instagram, facebook, youtube, website <https://www.bprsfadhilahbengkulu.com/tentangkami/> , dan menggunakan brosur.

B. PEMBAHASAN

1. Produk (*product*)

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk kebutuhan rohani maupun jasmani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan produk tersebut, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balasannya, misalnya dengan cara pembelian menggunakan uang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk tabungan BPRS Fadhilah sudah berkualitas dan memiliki keunggulan karena melakukan pola *cash spickup service* dengan nasabah yang menggunakan produk tabungan. Dan juga jika dibandingkan

dengan produk lain produk tabungan di BPRS Fadhilah lebih unggul jika di lihat dari segi pelayan karena nasabah yang menabung di BPRS Fadhilah tidak perlu repot-repot ke BPRS Fadhilah untuk mengurus penyetoran atau lain sebagainya karena pihak BPRS Fadhilah sendirilah yang akan turun ke lapangan untuk mengurus semua itu, dan juga ada dua jenis produk tabungan yaitu produk tabungan Mudharabah dan Wadiah.

2. Harga (*price*)

Harga adalah salah satu unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur-unsur lainnya pendapatan biaya. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada tentang produk dan merek. Harga juga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix* penentuan harga sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk tabungan di BPRS Fadhilah sangatlah terjangkau dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk tabungan dengan membebankan biaya administrasi dan persyaratan yang mudah, dan dengan nominal RP. 25.000 sudah bisa membuka buku tabungan baru.

3. Tempat (*place*)

Adalah tempat dimana diperjual belikan produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank terletak dalam lokasi yang strategi sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan baik

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tempat/lokasi BPRS Fadhilah berlokasi di Jl. A. Yani, Kec. Tik Segara, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119. Yang dimana lokasinya ini sangatlah strategi, lokasinya BPRS fadhilah juga berdekatan dengan perbankan salah satunya dengan Bank Indonesia, dan lokasi mudah untuk dijangkau oleh semua transportasi, dengan kantor yang nyaman dan bersih dan mempunyai fasilitas yang lengkap.

4. Promosi (*promotion*)

Promosi adalah kegiatan yang tujuannya untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh BPRS Fadhilah adalah promosi secara langsung dan tidak langsung. Promosi secara langsung yaitu pihak BPRS Fadhilah turun langsung kelapangan ke sekolah, yayasan dan pasar yang menjadi target calon nasabah. Promosi yang secara tidak langsung atau secara online seperti melalui, instagram, facebook, youtube, website <https://www.bprsfadhilahbengkulu.com/tentangkami/>, dan menggunakan brosur

V. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu BPRS Fadhilah mempunyai produk yang sudah berkualitas dan memiliki keunggulan seperti sudah melakukan pola *cash spickup service* dengan nasabah yang menggunakan produk tabungan dan juga ada dua jenis produk tabungan yaitu produk tabungan Mudharabah dan Wadiah.
2. Harga produk tabungan di BPRS Fadhilah sangatlah terjangkau dan sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dimiliki produk tabungan dengan membebankan biaya administrasi dan persyaratan yang mudah, dan dengan nominal RP. 25.000 sudah bisa membuka buku tabungan baru.

3. Tempat/lokasi BPRS Fadhilah berlokasi di Jl. A. Yani, Kec. Tlk Segara, Kota Bengkulu, Bengkulu 38119. Yang dimana lokasih ini sangatlah strategi.
4. Promosi yang dilakuakn oleh BPRS Fadhilah adalah promosi secara langsung dan tidak langsung. Dan ada pun media yang digunakan BPRS Fadhilah dalam memasarkan produk tabungan adalah instagram, facebook, youtube

DAFTAR FUSTAKA

SUMBER JURNAL

- Achmad, Listian Indriyani, and Nur Dwi Agustin, ‘Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Syariah Pada Produk Tabungan Berkah Utama IB Ditengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah Kota Bekasi)’, *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6.02 (2021)
- Arisandi, Debby, Aan Shar, and Rizky Hariyadi, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring’, *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10.2 (2021)
- Asih, Rusmini, ‘Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga Kspp Syariah Bmt Nu Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso’, April, 2021, 334
- Daulay, Rizki Hadayani, ‘Analisis SWOT Strategi Marketing Produk Pembiayaan Pada PT. BPRS Gebu Prima’, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Agama Islam [JIMPAI]*, 1.4 (2021)
- Dimas Hendika Wibowo, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo).”
- Debby Arisandi, Aan Shar, and Rizky Hariyadi, ‘Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Belanja Busana Secara Daring’, *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 10.2 (2021), h. 92
- Fadli, V. P. (2021). Perhitungan Akad Mudharabah Muthlaqah Dan Akad Wadi’ah Yad Dhamanah Dalam Tabungan IB Hijrah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Panyabungan. *Nahdatul Iqtishadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2),
- Herry Novrianda, Aan Shar & Debby Arisandi, Pengembangan Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Provinsi Bengkulu, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, No.1, (2021),
- Istiqomah, Dedek, ‘Jurusan : Ekonomi Syariah Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro 1441 h/2020 M’, 2020, 1–102
- Ivanka Mira Nur Aini, and M. Ruslianor Maika, ‘Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Lantabur Tebuireng Sidoarjo’, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5.2 (2022)

Julyani, N, ‘Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Pelajar BPRS Adam Bengkulu Dalam Meningkatkan Nasabah Dengan Analisis SWOT’, 2020

Prastya, Ary, and Susianto, ‘Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Al-Washliyah Medan’, *Jurnal FEB*, 1 (2019), 649–58

Rusmini Asih, ‘Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah (Tabah) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Lembaga Kspp Syariah Bmt Nu Jawa Timur Cabang Wringin Bondowoso’, April, 2021.

Santi Arafah, Okta Andri Yanti, ‘Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT . Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)’, *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1.1 (2020), 815–24

Sari, M M, ‘Analisis Pada Produk Tabungan Ib Hasanah Di Bank Syariah Kcp Plered’, *JSEF: Journal of Sharia Economics and Finance*, 2022

Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok Manajemen Pemasaran* (Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2020)

Sumber Prosiding:

Bengkulu new, “ last modifed 2024 dikutip dari <https://www.bprsfadhilahbengkulu.com/tentangkami/>,

OJK-Luncurkan-Buku-Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-Indonesia-(LPKSI)-2022 (<https://ojk.go.id/id/https://ojk.go.id>)