



OPTIMALISASI MINAT MENABUNG NASABAH PADA TABUNGAN BAROKAH DI PT. BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG PAMEKASAN

Mujibno¹, Ryan Aidil Hakim², Abdul Wahid³, Amiruddin⁴

^{1,2,3,4} Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Preduan

mujibnoidia@gmail.com, ryanaidiel@gmail.com,

abd_wahid19@yahoo.com, Amiami4318@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to determine the optimization of customer interest in barokah savings at PT. BPRS Bhakti Sumekar. Barokah savings are savings or customer funds deposits in the form of rupiah savings with a wadh'i'ah yadh dhamanah contract, namely as a pure deposit that will help manage your funds to be more blessed. This study uses descriptive qualitative methods with data collection techniques through interviews, the results of observations with case study designs from interviews with related and responsible parties that optimizing customer interest in barokah savings at BPRS Bhakti Sumekar Pamekasan Branch are quite good, where from From year to year, the number of customers has increased, with the assistance of the marketing department and very good socialization and door-to-door marketing strategies, so that they are helped and influential. The optimization has also been carried out carefully with caution both in terms of service, especially in friendliness in communicating with customers and always competent and consistent in determining the schedule that has been determined between the customer and the marketing party.

Keywords: Optimization, customer interest, Barokah savings

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengoptimalisasian minat nasabah pada tabungan barokah di PT. BPRS Bhakti Sumekar. Tabungan barokah merupakan tabungan atau simpanan dana nasabah dalam bentuk tabungan rupiah dengan akad *wadh'i'ah yadh dhamanah* yaitu sebagai titipan murni yang akan membantu mengelola dana anda menjadi lebih barokah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, hasil observasi dengan rancangan studi kasus dari hasil wawancara dengan pihak-pihak

terkait dan yang bertanggung jawab bahwa pengoptimalisasian minat nasabah pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan cukup baik, dimana dari tahun ke tahun tabungan barokah semakin meningkat jumlah nasabahnya dengan dibantu oleh bagian pemasaran dan strategi pemasaran sosialisasi dan *dor to dor* yang sangat baik, sehingga terbantu dan berpengaruh. Pengoptimalisasiannya juga sudah dilakukan secara matang dengan kehati-hatian baik dari segi layanan, terutama dalam keramahan dalam berkomunikasi dengan nasabah serta selalu kompeten dan konsisten dalam menentukan jadwal yang sudah ditentukan antara nasabah dan pihak marketing.

Kata kunci : Pengoptimalisasian, Minat Nasabah, Tabungan Barokah

PENDAHULUAN

Kata perbankan tidak akan pernah terlepas dari kata menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat, baik pada bank konvensional maupun pada bank syariah. “Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah”.¹ Bank syariah dalam hal bidang penyediaan jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan perbankan konvensional. Perbedaan mendasar antara bank syariah dengan bank konvensional terletak pada praktik menjalankan operasional bisnisnya baik pada pembiayaan atau penghimpunan, pada Bank syariah sistem operasionalnya berbasis prinsip syariah, dan prinsip inilah yang menjadi daya tarik yang tinggi bagi nasabah untuk memanfaatkan jasa bank syariah.

Dari tahun ke tahun perbankan syariah berkembang semakin pesat. “Eksistensi bank syariah semakin meningkat setelah muncul undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah”. Dengan pesatnya perkembangan bank syariah saat ini, maka kualitas layanan dan produk merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa yang mempunyai ciri berupa mudah ditiru. Adanya

¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014).

pelayanan yang memuaskan akan menjadi hal pembeda utamanya jika mempraktekkan pemasaran berbasis syariah,² sehingga akan memberikan kepuasan kepada semua nasabah.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pihak perbankan untuk membedakan produk yang dimiliki adalah menerapkan strategi diferensiasi dan positioning, dimana strategi diferensiasi merupakan tindakan merancang seperangkat perbedaan yang bermakna dalam tawaran perusahaan.³ Sedangkan strategi positioning merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasaran. Selain itu, menurut Hermawan Kartajaya,⁴ positioning adalah *the strategy of the lead your customer credibly* yaitu upaya mengarahkan pelanggan anda secara kredibel. Positioning adalah upaya membangun dan mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Dari strategi inilah yang kemudian dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar untuk memunculkan sebuah produknya berupa Tabungan Barokah yaitu layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai persiapan masa depan dengan prinsip wadiah yad dhamanah (titipan murni). Selain berbasis syariah, produk ini juga memberikan kemudahan bagi nasabah, sebab hanya dengan setoran awal sebesar Rp. 10.000 nasabah bisa membuka tabungan, saldo minimal tabungan hanya sebesar Rp. 10.000 serta bebas biaya administrasi,⁵ dengan pelayanan jasa berupa jemput tabungan dan petugas khusus.

² Imani Rusli Romadhoni, Iqbal Rafiqi, "Strategi Marketing Syariah Tabungan Gaul IB Bagi Generasi Millenial Pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep," *Ilmu Manajemen*, vol.1, no. 2 (2021): 66–71, <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/186/129>.

³ Susi Indriyani, Mujibno, "Analisis Alur Pembiayaan Bermasalah Terhadap Kinerja Keuangan Di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Peragaan," *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, vol.08, no. 01 (2021): 107–125, <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>.

⁴ Hermawan Kartajaya, *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix* (Bandung: Mizan Pustaka, 2007).

⁵ BPRS Bhakti Sumekar Sumenep, "Brosur Tabungan Barokah" (Sumenep, 2021).

Adapun faktor-faktor peluang dan tantangan dalam tabungan barokah selalu bersamaan, dimana jika ada peluang yang ditemukan oleh bank dalam menarik nasabah maka pihak bank akan mengambil inisiatif dalam memaksimalkan peluang tersebut menjadi sebuah keuntungan. Begitu pula dengan tantangannya, sebesar apapun tantangan atau resiko yang akan diterima oleh bank tentu bank sudah memikirkan secara matang dan teliti agar tantangan tersebut tidak menghasilkan sebuah kerugian dan penghambat bagi nasabah ataupun bank itu sendiri.

Berdasarkan hal tersebut maka pengoptimalisasian minat tabungan barokah sangat penting dalam menumbuhkan kepercayaan masyarakat dalam menabung, sehingga peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian tentang “Optimalisasi minat menabung nasabah pada tabungan barokah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan”.

KAJIAN PUSTAKA

Minat Nasabah

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu yang disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat adalah kesadaran seseorang kepada suatu objek, situasi, maupun suatu persoalan tertentu yang dapat menyangkut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.⁶

Minat ialah suatu kondisi kejiwaan seseorang untuk dapat menerima atau melakukan sesuatu objek atau kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.⁷ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa minat ialah suatu kondisi kejiwaan yang ada pada seseorang

⁶ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), 223.

⁷ Bob dan Anik Anwar, *Pedoman Pelaksanaan Menu. ju Pra Seleksi Murni* (Bandung: Ganesa Exact, 2008), 15.

untuk dapat menerima atau melakukan suatu objek kegiatan dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Minat nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih, ketika seseorang menilai bahwa sesuatu bisa bermanfaat maka bisa menjadi minat. Sehingga mendatangkan sebuah kepuasan, ketika kepuasan menurun maka minatnya juga bisa menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah.⁸ Jadi dapat disimpulkan bahwa minat nasabah ialah motivasi nasabah untuk melakukan atau meniali suatu produk dalam bank sehingga mendatangkan kepuasan.

Tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu:

1. Ketertarikan (*Interest*) yang menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang
2. Keinginan (*desire*) ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki.
3. Keyakinan (*conviction*) ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna, dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

Adapun faktor utama yang mempengaruhi minat konsumen ada lima, ialah:

- a. Produk, adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan, letak toko, dan nama barang dagangnya.
- b. Promosi, Faktor promosi merupakan usaha dari pemasaran dalam menginformasikan dan mempengaruhi orang lain

⁸ Heni Juliana, "Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadhiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu" (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2021), .

sehingga tertarik untuk melakukan transaksi atau pertukaran produk barang atau jasa yang dipasarkannya.

- c. Pelayanan, Faktor Pelayanan konsumen sangat diperlukan bagi suatu produk. Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagusnya kualitas dan mutu tersebut di mata target konsumen. pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai yang positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap komplain konsumen ditangani dengan prima dan bagus.
- d. Reputasi, Faktor reputasi merupakan persepsi para nasabah bank mengenai seberapa baik bank tersebut dibanding dengan bank-bank lain sebuah perusahaan harus memiliki kekuatan untuk menonjolkan nilai lebih yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lainnya.
- e. Prosedur, Faktor prosedur yang merupakan tahap kegiatan untuk menyelesaikan suatu aktivitas atau suatu metode langkah-langkah secara pasti dalam memecahkan suatu masalah. Prosedur yang dilakukan dalam menggunakan produk perbankan pengajuan pembiayaan, analisis pembiayaan serta realisasi pembiayaan yang jika ketiganya sulit dilakukan maka akan membuat nasabah tidak berminat menggunakan produk.⁹

Tabungan Barokah

Tabungan barokah adalah tabungan atau simpanan dana nasabah dalam bentuk tabungan rupiah dengan akad *wadhi'ah yadh dhamanah* yaitu sebagai titipan murni yang akan membantu mengelola dana anda menjadi lebih barokah.¹⁰ Standarisasi tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar, yaitu: *Pertama*, Tetap memperhatikan masukan dari stakeholders utama

⁹ Kotler, P, *Manajemen Pemasaran*, Milenium. (Jakarta: Penerbit Indeks, 2005), 225.

¹⁰ Abd. Waris, "Tabungan Barokah" (Skripsi, IAIN Madura, 2021), 5.

yaitu, para pelaku industri, regulator/otoritas, standard setter dan para ahli/pakar dalam forum diskusi berupa focus group discussion (FGD) seperti Industri Perbankan Syariah, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Dewan Standar Akuntansi Syariah Ikatan Akuntan Indonesia (DSAS-IAI), dan beberapa unit kerja terkait di Departemen Perbankan Syariah. *Kedua*, Tabungan Barokah berada dalam pengawasan OJK dan dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan. *Ketiga*, Setoran awal hanya dengan Rp.10.000. *Keempat*, Tidak adanya bunga melainkan bonus. *Kelima*, bebas biaya administrasi bulanan. Keenam, Terdapat fasilitas BBS mobile, layanan antar jemput tabungan, dan mesin ATM *cardless*.¹¹

Maka dari itu, bank BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan menyediakan produk tabungan barokah untuk membantu masyarakat dalam menyambut masa depannya:

a. Keuntungan tabungan barokah

1) Kemudahan pembukaan tabungan

Pembukaan rekening tabungan barokah yang mudah dan praktis di seluruh kantor BBS.

2) Setoran awal yang ringan

Setoran awal pembukaan tabungan barokah yang ringan, hanya Rp. 10.000,-

3) Setor/tarik tanpa batas

Jumlah dan frekuensi setoran dan penarikan tidak dibatasi, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku

4) Tidak ada biaya administrasi

Tabungan anda bebas dari biaya administrasi bulanan

5) Bonus tabungan kompetitif

Bonus tabungan yang kompetitif dan langsung masuk ke rekening tabungan nasabah (syarat dan ketentuan berlaku)

¹¹ Ibid.

- 6) Cadangan keperluan mendadak
Untuk cadangan keperluan mendadak (kebutuhan keluarga, transfer ke orang tua, sekolah anak, dll)
- 7) Jaringan online tersebar luas
Jaringan yang tersebar luas diberbagai kecamatan hingga kepulauan paling timur Kabupaten Sumenep, dan juga Kabupaten Pamekasan serta Kota Jember, yang terhubung secara online
- 8) Dukungan layanan antar jemput
Layanan antar jemput tabungan dapat dinikmati oleh seluruh nasabah dari skala mikro hingga priorotas
- 9) Dukungan BBS mobile
Didukung dengan BBS mobile, aplikasi smartphone android dengan fitur transaksi yang lengkap, baik untuk pembayaran, pulsa, maupun transfer dana nasabah
- 10) Dukungan ATM BBS
Didukung engan ATM BBS *cardless* penarikan dana anda jadi lebih muah dan bisa dilakukan kapan saja.¹²

METODE PENELITIAN

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualittatif deskriptif, yaitu dengan memaparkan beberapa penjelasan untuk memecahkan sebuah masalah.

Metode dekskriptif ialah istilah yang dilakukan dalam penelitian kualitatif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif, jenis penelitian ini umumnya dipakai dalam fenomenologi social.¹³ Deskriptif kualitatif

¹² PT. BPRS Bhakti Sumekar, “Tabungan Barokah.”

¹³ Wiwin Yuliani, “Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif alam Perspektif Bimbingan Dan Konesling,” vol.2, no. 2 (Mei 2018), 83–84.

adalah penelitian yang datanya berupa kata-kata (bukan angka), hasil dari catatan laporan, dokumen, wawancara, dan perilaku yang diamati.¹⁴

Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah dari hasil observasi dengan rancangan studi kasus dari hasil wawancara dengan pihak-pihak terkait dan yang bertanggung jawab. Data sekunder ini merupakan data yang diambil secara tidak sengaja dan melalui media perantara, sedangkan data sekunder dari penelitian ini diambil dari beberapa jurnal, artikel, buku-buku dan blog resmi yang berkaitan dengan penelitian.¹⁵

PEMBAHASAN

Keunggulan Tabungan Barokah di BPRS. Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran. Kualitas produk menunjukkan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (precision) produk, mudah mengoperasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang bernilai.

Produk Tabungan yang ditawarkan BPRS Bhakti Sumekar salah satunya adalah Tabungan Barokah. Tabungan Barokah adalah simpanan dana dalam bentuk tabungan rupiah dengan akad “wadi’ah ” yaitu sebagai titipan murni yang akan membantu mengelola dana anda menjadi lebih barokah. Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar merupakan produk tabungan utama untuk

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), 3.

¹⁵ Asri Afi Utami, “Strategi Pendidikan Pesantren Dalam Mengembangkan Jiwa Enterpreneurship Santri (Studi Multisitus Di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Dan Pondok Pesantren Attin Mojokerto)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, t.t.), 67.

nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari dengan menggunakan prinsip titipan atau wadi'ah yad dhamanah. Standarisasi yang dimiliki oleh Tabungan Barokah BPRS Bhakti Sumekar berbeda dengan standarisasi produk tabungan yang dimiliki oleh lembaga perbankan syariah lainnya. Apalagi saat ini juga bermunculan Lembaga keuangan mikro syariah yang bisa memberikan layanan Pembiayaan qardh hasan,¹⁶ dengan fasilitas pinjaman tanpa mengambil hasil. Beda lagi dengan lembaga amil zakat infaq dan shodaqah yang sangat gencar dalam melakukan *fundraising* dalam mengumpulkan dana,¹⁷ sehingga sangat perlu melakukan optimalisasi dalam memikat nasabah agar tidak kalah saing di lapangan.

Setiap produk yang dipasarkan pasti memiliki suatu keunggulan atau keunikan, baik produk bank maupun non bank. Dalam perbankan syariah terdapat produk yang mempunyai keunggulan, salah satunya adalah produk tabungan barokah yang ada di BPRS Bhakti Sumekar. Tabungan barokah mempunyai keunggulan tersendiri dimana ketika pembuatan atau pembukaan rekening tabungan baru nasabah hanya dikenakan biaya sebesar Rp. 10.000,- dimana biaya administrasi tersebut bisa diambil setelah penutupan rekening tabungan, yang artinya di BPRS Bhakti Sumekar itu tidak ada biaya administrasi ketika pembukaan rekening tabungan baru, meskipun diformulir tercantum biaya sebesar Rp. 10.000,- akan tetapi uang tersebut tidak diambil dan tidak pergunakan dalam transaksi apapun, serta biaya administrasi tersebut dapat diambil setelah penutupan buku tabungan.

¹⁶ Daniel Ilahi Roby, Mujibno, "Skema Penerapan Qardh Hasan Di LKMS Alpend Barokah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat," *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.1, no. 2 (2021): 39–44.

¹⁷ Iqbal Rafiqi, "Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di Lazisnu Dan Lazismu Kabupaten Pamekasan" (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019).

Tabungan barokah juga dilengkapi dengan fasilitas aplikasi mobile banking (BBS) yang dilengkapi dengan fitur-fitur lengkap lainnya sehingga dapat membantu nasabah dalam bertaransaksi online, begitu juga dalam penarikan dana yang dibutuhkan oleh nasabah sewaktu-waktu dimana nasabah itu tidak perlu membawa ATM ke bank terdekat untuk melakukan penarikan tunai. ATM cardless sebutan bagi pengguna tabungan barokah yang dalam transaksi sehingga nasabah tidak khawatir bila ingin melakukan penarikan tetapi lupa membawa ATM, maka nasabah cukup membuka aplikasi BBS yang sudah tersedia sehingga penarikan tunai bisa lewat kode yang dikasi oleh pihak BBS dan langsung melakukan penarikan tunai.

Strategi Pemasaran Dalam Pengoptimalisasian Tabungan Barokah Di BPRS Bhakti Sumekar

Keberadaan strategi pemasaran dalam suatu bank ataupun non bank sangat berpengaruh terhadap pengoptimalisasian minat nasabah, dimana keberadaan pemasaran ini akan mencakup dalam segala aspek produk pembiayaan maupun tabungan yang dilembaga keuangan tersebut. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam upaya menghadapi pesaing-pesaing dalam dunia bisnis, berbagai analisa seperti mempelajari kelebihan dan kelemahan suatu perusahaan.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran dapat di artikan sebagai langkah-langkah mengambil keputusan bersama secara matang untuk mendapatkan keinginan dan kebutuhan yang akan dicapai, dengan memperhatikan kondisi lingkungan.

Sama halnya di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan keberadaan strategi marketing juga sangat penting dan sangat dibutuhkan dalam memasarkan sebuah produk yang ada, dalam meningkatkan jumlah nasabah di dunia perbankan tentu tidak luput dari peran marketing. Dalam analisa penulis menunjukkan pemasaran yang dilakukan oleh marketing adalah sosialisasi, dimana bagian marketing terjun langsung lapangan untuk melakukan sosialisasi diberbagai lembaga sekolah maupun lainnya dalam memasarkan produknya.

Sebelum memasarkan produk ataupun menjemput tabungan nasabah, maka marketing sudah mempersiapkan segalanya baik dari dokumen setiap produk dan mengecek kelengkapannya. Selain sosialisasi marketing melakukan jemput bola kepada para nasabah yang ingin menabung di BPRS, nasabah tidak perlu datang ke bank untuk menabung cukup melalui via telfon atau Whatsapp dalam memberitahu bagian marketing bahwa ingin menabung dan pihak marketing akan menjemput tabungan yang telah disiapkan nasabah.

KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan segala keunggulan yang ada pada tabungan barokah dan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh bank kepada nasabah dalam menarik nasabah untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sudah baik, setiap nasabah sudah bisa memilih dan mempercayakan dananya untuk menabung di BPRS. Kepercayaan itu harus dijaga dengan setulus hati sehingga nasabah tidak kecewa dan memutuskan untuk berhenti menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Pengoptimalisasian minat nasabah pada tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan cukup baik, dimana

dari tahun ke tahun tabungan barokah semakin meningkat jumlah nasabahnya dengan dibantu oleh bagian pemasaran dan strategi pemasaran sosialisasi dan *door to door* sangat terbantu dan berpengaruh. Pengoptimalisasiannya juga sudah dilakukan secara mantap dengan kehati-hatian baik dari segi layanan, terutama dalam keramahan dalam berkomunikasi dengan nasabah serta selalu kompeten dan konsisten dalam menentukan jadwal yang sudah ditentukan antara nasabah dan pihak marketing.

SARAN

Sesuai dengan judul jurnal yang dibuat, maka penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Pihak marketing lebih meningkatkan lagi strategi marketing yang diterapkan dalam upaya pemasarannya khususnya di era digital ini, sehingga bank tradisional dapat bersaing dengan baik khususnya tabungan barokah.
2. Meningkatkan kembali kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang pamekasan

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Waris. "Tabungan Barokah." Skripsi, IAIN Madura, 2021.
- Agus Sujanto. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.
- Andri Soemitra. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Asri Afi Utami. "Strategi Pendidikan Pesantren Dalam Mengembangkan Jiwa Entrepreneurship Santri (Studi Multisitus Di Pondok Pesantren Riyadlul Jannah Dan Pondok Pesantren Attin Mojokerto)." Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, t.t.
- Bankir Indonesia, Ikatan. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Bhakti Sumekar Sumenep, BPRS. "Brosur Tabungan Barokah." Sumenep, 2021.
- Bob dan Anik Anwar. *Pedoman Pelaksanaan Menuju Pra Seleksi Murni*. Bandung: Ganesa Exact, 2008.
- Hana Putri Rahmawati. "Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPRS Bumi Artha

- Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap." Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwakerto, 2021.
- Heni Juliana. "Analisis Faktor Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Wadhiah Barokah Di Bank Syariah Adam Kota Bengkulu." Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2021.
- Hermawan Kartajaya. *Hermawan Kartajaya on Positioning*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2004.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Ilahi Roby, Mujibno, Daniel. "Skema Penerapan Qardh Hasan Di LKMS Alpend Barokah Mandiri Dalam Pemberdayaan Masyarakat." *Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.1, no. 2 (2021): 39-44.
- Indriyani, Mujibno, Susi. "Analisis Alur Pembiayaan Bermasalah Terhadap Kinerja Keuangan Di BPRS Bhaksi Sumekar Cabang Peragaan." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, vol.08, no. 01 (2021): 107-125. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>.
- Iwan Purwanto. *Manajemen Strategi*. Bandung: CV Yrama Widya, 2006.
- Kartajaya, Hermawan. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix*. Bandung: Mizan Pustaka, 2007.
- Rafiqi, Iqbal. "Strategi Fundraising Zakat Infaq Shadaqah Di Lazisnu Dan Lazismu Kabupaten Pamekasan." Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran*. Milenium. Jakarta: Penerbit Indeks, 2005.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- PT. BPRS Bhakti Sumekar. "Tabungan Barokah," t.t. Diakses 02 Januari 2021. <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tahara/>.
- Putri Dwi Cahyani. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta." vol.6, no. 2 (Oktober 2016).
- Rusli Romadhoni, Iqbal Rafiqi, Imani. "Strategi Marketing Syariah Tabungan Gaul IB Bagi Generasi Millennial Pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep." *Ilmu Manajemen*, vol.1, no. 2 (2021): 66-71. <https://journal.actual-insight.com/index.php/equilibrium/article/view/186/129>.
- Wiwin Yuliani. "Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan Dan Konesling." vol.2, no. 2 (Mei 2018).