

**STRATEGI PEMASARAN PADA BANK TABUNGAN PENSIUNAN  
NASIONAL (BTPN) SYARIAH KANTOR FUNGSIONAL  
OPERASIONAL (KFO) SURANTIH KABUPATEN  
PESISIR SELATAN**

*Skripsi*

*Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sebagai salah satu  
Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Jurusan Manajemen Dakwah*



Oleh:

**SINTIA PUPUT FAUZIAH**  
**NIM: 1412030316**

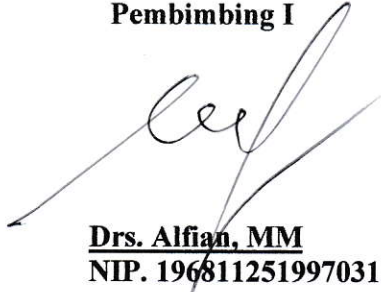
**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1439 H/2018 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah KFO Surantih Kabupaten Pesisir Selatan”. Disusun oleh saudari **Sintia Puput Fauziah**, nim 1412030316 bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *munaqasyah*.

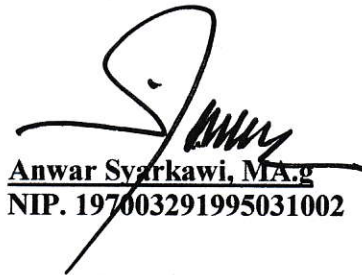
Padang, 09 Agustus 2018

**Pembimbing I**



**Drs. Alfian, MM**  
NIP. 196811251997031001

**Pembimbing II**



**Anwar Syarkawi, MA.g**  
NIP. 197003291995031002

## ABSTRAK

Skripsi berjudul **“Strategi Pemasaran Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Kantor Fungsional Operasional (KFO) Surantih Kabupaten Pesisir Selatan.”** Ditulis oleh **Sintia Puput Fauziah** nim **1412030316** Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

Adapun yang menjadi latar belakang masalah penelitian ini adalah kenyataan bahwa BTPN Syariah KFO Surantih dihadapkan dengan tingginya tingkat persaingan dari lembaga keuangan lainnya. Lembaga keuangan yang berdiri berdekatan dengan BTPN Syariah KFO Surantih yaitu BPR Lengayang dan bank lainnya. Serta masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang BTPN Syariah KFO Surantih ini. Untuk itu dibutuhkan strategi pemasaran yang handal dalam mengajak calon nasabah. BTPN Syariah KFO Surantih sebagai lembaga keuangan bertujuan untuk memberantas kemiskinan sekaligus sebagai penggerak perekonomian masyarakat di daerah.

Berdasarkan kenyataan tersebut yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran pada BTPN Syariah KFO Surantih Kabupaten Pesisir Selatan. Supaya penelitian ini lebih fokus maka yang menjadi batasan masalahnya adalah bagaimana strategi produk dan strategi promosi yang digunakan pada BTPN Syariah KFO Surantih tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu menggambarkan apa adanya sesuai dengan sumber data yang sebenarnya yaitu bidang pemasaran BTPN Syariah KFO Surantih. Sumber data primer adalah *branch operational manager* dan *marketing* BTPN Syariah KFO Surantih. Sedangkan data sekunder adalah berupa arsip-arsip, brosur, laporan tahunan dalam bentuk file yang mendukung penelitian ini. Alat pengumpulan data adalah dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian yang ditemukan yaitu strategi produk yang dilakukan melalui menciptakan merek, maka BTPN Syariah KFO Surantih memiliki produk unggulan yaitu Paket Masa Depan (PMD). PMD ini melayani segmen tunas usaha rakyat. Serta menciptakan kemasan pada BTPN Syariah KFO Surantih menciptakan kemasan dilakukan dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah, memudahkan peminjaman dari putaran pembiayaan, selalu memberikan senyuman kepada nasabah maupun calon nasabah, ikap ramah tamah dari pihak BTPN Syariah KFO Surantih serta memberikan dipensasi bagi nasabah yang terlambat membayar angsuran peminjaman.

strategi promosi yang dilakukan yaitu periklanan melalui media cetak spanduk yang dipasang di depan kantor dan membagikan brosur kepada masyarakat umum. Penjualan perseorangan dilakukan melalui dengan cara melakukan pemberian bunga khusus bagi nasabah yang memiliki jumlah dana yang relatif besar, memberikan cendera mata kepada setiap nasabah seperti memberikan kalender BTPN Syariah KFO Surantih serta memberikan hadiah kepada nasabah yang telah lama bergabung atau setia dengan BTPN Syariah KFO Surantih. Publisitas melalui majelis taklim yang ada disana. Penjualan perseorangan dengan cara *door to door* serta sosialisasi dengan aparat.