

Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah

Lutvi Alamsyah^{1*}, Didik Arya²

¹² Universitas KH. Abdul Chalim

*email korespondensi: Lutvitjia5@gmail.com

Abstrak

Bank wakaf mikro merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, bank wakaf mikro memiliki salah satu produk pembiayaan yang berfokus kepada nasabah yang berpenghasilan di bawah rata-rata, yakni produk pembiayaan, terdapat keunikan didalam strategi pemasaran produk pembiayaan ini, membuat produk pembiayaan ini mengalami peningkatan yang fluktuatif disetiap tahunnya, Dalam hal ini Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah memiliki strategi khusus dalam pelaksanaan pemasarannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research* atau untuk memperjelas teori dan praktik menggunakan data primer.

Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, pemerolehan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara kepada pimpinan, karyawan dan nasabah bank wakaf mikro syariah atqia praya barat KCP Lombok Tengah, dan dokumentasi berupa data yang mendukung penelitian.

Hasil penelitian berupa strategi pemasaran yang digunakan oleh bank wakaf mikro syariah adalah identifikasi kelompok terhadap ke rumah nasaba dan lain sebagainya. Strategi yang dilakukan dengan memberikan kemudahan, strategi yang di terapkan oleh bank wakaf mikro syariah atqia praya barat kcp lombok tengah dalam meningkatkan jumlah nasabah menunjukkan dampak yang positif dan mampu meningkatkan jumlah nasabah untuk mengambil pembiayaan di Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah.

Kata kunci: Strategi pemasaran, Nasabah, Bank Wakaf Mikro

Pendahuluan

Perkembangan perbankan di Indonesia semakin berkembang sangat pesat. Saat ini tidak hanya di dominasi oleh bank konvensional saja di setiap daerah, akan tetapi sudah banyak yang muncul bank-bank di daerah yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Kemunculan bank-bank syariah di idonesia di landasi oleh keinginan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan transaksi ekonomi dan perbankan yang sejalan dengan nilai dan yang menggunakan prinsip syariah.¹ Saat ini perkembangan pasar keuangan syariah (*financial market sharia*) sedang marak di dunia, khususnya di negara-negara yang mayoritasnya berpenduduk muslim. Hal ini ditandai dengan berdirinya *Islamic Financial Market* di Kuala Lumpur yang dipelopori oleh negara-negara islam. Kemajuan

¹ Wizna Gania Balqis dan Tulus Sartono. "Bank Wakaf Mikro Sebagai Sarana Pemberdayaan Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah." *Jurisdictie: Jurnal Hukum dan Syariah*. Vol. 10, No. 2, 2019.

financial market sharia di Indonesia, terutama dalam perbankan maupun asuransi syariah cukup signifikan, diikuti pasar modal dan lembaga keuangan mikro syariah.

Bank Wakaf Mikro sebagai Lembaga Keuangan Syariah (LKMS) dapat dijadikan sebagai solusi alternatif dalam meningkatkan perekonomian bangsa Indonesia dimana dapat dilihat bahwa mayoritas masyarakat Indonesia bergerak di bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hal ini dilatarbelakangi karena Lembaga Keuangan Syariah di nilai lebih fleksibel dan dapat menjangkau masyarakat kecil dibandingkan dengan bank- bank lain yang hanya bisa menjangkau kalangan menengah ke atas saja.² Selain itu, adanya Bank Wakaf Mikro sebagai Lembaga Keuangan Syariah diharapkan dapat juga dijadikan sebagai solusi alternatif untuk masyarakat agar terhindar dari praktik riba yang banyak diterapkan oleh para rentenir dan bank-bank konvensional yang berada di sekitar lingkungan tempat tinggal. Dengan solusi-solusi inilah diharapkan dapat digantikan dengan prinsip-prinsip syariah muamalah sesuai dengan syariah dalam ajaran agama islam karena lembaga keuangan syariah sudah pasti menjunjung tinggi asas-asas nilai syariah.

Lembaga keuangan mikro syariah yang fokus pada pembiayaan masyarakat kecil dengan pola bagi hasil, serta tidak ada dana yang didepositkan di BWM karena lembaga ini murni untuk pembiayaan. Dana yang digunakan berasal donasi dari perseorangan, lembaga maupun korporasi lewat Lembaga Amil Zakat (LAZ). Saat ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Badan Wakaf Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) bekerja sama dengan sejumlah pesantren atau sekolah islam untuk mendirikan Bank Wakaf. Mikro guna menyalurkan pembiayaan di lingkungan pesantren khususnya kelompok masyarakat kecil yang produktif. Dalam bertransaksi lembaga keuangan syariah menerapkan prinsip kemitraan bagi hasil, jual beli atau sewa menyewa guna transaksi komersial dan pinjam-meminjam sebagai transaksi sosial. Lembaga keuangan syariah non-bank antara lain asuransi, baitul mal, pasar modal dan bank wakaf mikro syariah,³ yang mempengaruhinya seperti kebutuhan nasabah yang mendesak yang memerlukan proses pencairan dana yang cepat, nasabah yang menginginkan pinjaman tanpa adanya unsur.⁴

Pertumbuhan jumlah nasabah memang tidak hanya dipengaruhi oleh strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Wakaf Mikro. Ada beberapa faktor Peran ekonomi Islam dalam menjawab segala permasalahan sosial masyarakat merupakan sebuah hal yang penting. Sebagai aktualisasi nilai

² Aam S Rusydiana dan Irman Firmansyah. "Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia: Pendekatan Matriks IFAS EFAS." *Ekonomi Islam*. Vol. 9, No. 1, 2018.

³ Unggul Priyadi dan Sutardi, *Teori dan Aplikasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2018), hlm. 1

⁴ Asih Widyati, *Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*, Cirebon: Instiut Agama Islam Bunga Bangsa. Tahun, 2018, hlm. 4.

rahmatan lil 'alamin dalam Islam fungsi harta bukan hanya sebagai alat pemenuh kebutuhan komersial saja, tetapi juga memiliki fungsi sosial yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, dalam Islam transaksi secara tujuan terbagi 2 yaitu transaksi bisnis (akad muawadhah) dan transaksi sosial (akad tabarru) termasuk wakaf. yang satu sama lain saling melengkapi dalam menjawab setiap kebutuhan manusia.

Keberadaan lokasi pendirian lembaga keuangan mikro syariah itu masih di pondok pesantren. Selain untuk menumbuhkan kewirausahaan di lembaga pendidikan Islam, itu juga karena di pesantren ada orang yang bisa dipercaya dalam mengelola wakaf, dalam hal ini pimpinannya. OJK telah memberikan izin usaha kepada 20 bank wakaf mikro di lingkungan pondok pesantren di berbagai daerah untuk mendukung pengembangan pembiayaan UMKM dan ultra mikro tersebut. Kesejahteraan dan kemamkuran dapat dicapai melalui tatanan ekonomi nasional, tatanan ekonomi nasional tersebut salah satunya tercermin dengan adanya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan bentuk organisasi ekonomi yang sejalan dengan sistem ekonomi kerakyatan atau demokrasi ekonomi. Dalam pembangunan ekonomi nasional, UMKM memiliki peran yang strategis, mengingat bahwa tingkat kemiskinan dan pengangguran di Indonesia dimana setiap tahunnya semakin meningkat maka UMKM dapat menambah lapangan pekerjaan yang dapat menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia, oleh karena itu akan memberikan efek yang besar terhadap aktivitas perekonomian secara makro

Ada beberapa faktor sebagai penghambat perkembangan lembaga keuangan syariah yang perlu mendapat perhatian. Pertama, preferensi masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah masih didasarkan pada persoalan agama, sehingga sebagian besar nasabah lembaga keuangan syariah adalah masyarakat Muslim. Padahal, menurut konsep dasarnya lembaga keuangan syariah dapat berlaku universal, artinya tidak hanya untuk umat Islam semata, tetapi juga bagi non islam. Kedua, tidak sedikit manajemen lembaga keuangan syariah yang ada sekarang masih dikelola secara konvensional. Artinya manajemen yang ada masih bercorak manajemen yang ada dlam lembaga keuangan konvensional. Hal ini, sebagai faktor dominan dalam menghambat lembaga keuangan syariah.⁵

Ekonomi syariah perlu dipacu lebih cepat karena Indonesia memiliki potensi yang besar. Pada tahun lalu saja, pertumbuhan industri keuangan syariah mencapai 27 persen atau lebih tinggi dibandingkan industri keuangan konvensional. Total aset keuangan syariah (tidak termasuk saham syariah)

⁵ Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), hlm. 3.

mencapai Rp 1,133,23 triliun. Pangsa pasar sukuk Indonesia bahkan mencapai 19 persen dari seluruh sukuk yang diterbitkan berbagai negara.⁶ Lembaga Keuangan Mikro masih menjadi bagian penting dalam sistem perekonomian di Indonesia karena cakupan usaha di sektor mikro dan kecil masih sangat tinggi.⁷ Dengan berdirinya Bank Wakaf Mikro dapat meningkatkan akses dalam masalah permodalan, bank wakaf mikro merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang fokus pada pembiayaan masyarakat kecil dengan pola bagi hasil, serta lembaga ini murni untuk pembiayaan.⁸ Dana yang digunakan berasal dari donasi perseorangan, lembaga maupun korporasi melalui Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS).

Bank wakaf mikro juga memfasilitasi dalam hal penyediaan dana yang dapat membantu pihak-pihak yang membutuhkan dana yaitu masyarakat di lingkungan sekitar pondok pesantren, karena pondok pesantren merupakan salah satu elemen masyarakat yang mempunyai fungsi strategis dalam pendampingan demi mendorong perekonomian masyarakat. Yang menjadi sasaran dalam pembiayaan. Bank Wakaf Mikro adalah masyarakat kecil potensial produktif agar kesejahteraan ekonomi masyarakat yang berada di lingkungan sekitar pondok pesantren dapat meningkat.¹⁰ Ribawi (bunga) di dalamnya, dan lain sebagainya. Bank Wakaf Mikro dipilih karena pihak pemerintah mengharapkan agar inti dari dana yang disebar ke masyarakat tetap terjaga intinya tanpa mengurangi manfaatnya, selain itu dinamai BWM dikarenakan berada di lingkungan pesantren.

Pada setiap tahunnya, terjadi peningkatan jumlah nasabah kumulatif yang artinya Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah dapat menjadi solusi untuk Masyarakat yang kesulitan mencari akses permodalan usaha mikro ditambah lagi Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah ini memiliki tujuan untuk memberdayakan Masyarakat dan mengentaskan kemiskinan di Praya Barat.

Kajian Pustaka

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses perencanaan

⁶ Ahmad Rodoni, dkk, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), hlm. 2.

⁷ Gustani dan Ernawan, D.A, "Wakaf Tunai sebagai Sumber Alternatif Permodalan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia," *Journal of Islamic Economics Lariba*, Vol. 2, No. 1, Tahun 2016, hlm. 39.

⁸ Faujiah, A, "Bank Wakaf Mikro dan Pengaruhnya terhadap Inklusi Keuangan Pelaku Usaha Kecil dan Mikro (UKM)," *Proceedings Annual Conference for Muslim Scholars*, Tahun 2018, hlm. 375.

(planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), pengarahan (directing), dan pengawasan (controlling).⁹ Manajemen pemasaran merupakan sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran yang mana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Dapat diartikan juga sebagai alat analisis, perencanaan, penerapan serta pengendalian suatu program dalam perusahaan yang sudah dirancang untuk menciptakan, membangun dan juga mempertahankan pertukaran agar bisa memberikan keuntungan.¹⁰

Bank Wakaf Mikro adalah lembaga keuangan mikro syariah yang fokus pada pembiayaan masyarakat kecil. Dana yang digunakan adalah murni dana donasi. Nantinya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) akan bekerja sama dengan pesantren atau sekolah Islam untuk mendirikan Bank Wakaf Mikro guna menyalurkan pembiayaan di lingkungan pesantren.¹¹ OJK akan menerapkan sistem jemput bola dan menawarkan kepada pesantren yang ada di seluruh Indonesia yang berkompeten untuk menjadi Bank Wakaf Mikro. Selain itu Otoritas Jasa Keuangan juga akan menerima apabila ada pesantren yang berinisiatif untuk ikut serta. Tentunya akan dilihat potensi masyarakat sekitar apakah memerlukan pembiayaan di segmen mikro serta akan menyasar kepada masyarakat kecil yang produktif. Badan hukum bank wakaf mikro juga mempertegas lembaga keuangan ini bukan merupakan perbankan. OJK mengungkapkan, badan hukum dari bank wakaf mikro adalah koperasi. Namun izin usaha bank wakaf mikro adalah lembaga keuangan mikro syariah sehingga pengawannya berada di bawah otoritas jasa keuangan.¹²

Menurut Kamus Perbankan, nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank. Nasabah terbagi dalam dua macam. Yaitu, nasabah penyimpan dana dan nasabah debitur. Adapun pihak-pihak yang termasuk sebagai nasabah adalah: orang, nasabah bank terdiri dari orang yang telah dewasa dan orang yang belum dewasa, yang mana nasabah dewasa hanya diperbolehkan untuk nasabah kredit atau nasabah giro, sedangkan nasabah simpanan atau jasa-jasa bank lainnya dimungkinkan orang yang belum dewasa, misalnya nasabah tabungan dan atau nasabah lepas (*working customer*) untuk transfer dan sebagainya. dan badan hukum, Untuk nasabah berupa badan, perlu diperhatikan aspek legalitas dari badan tersebut serta kewenangan

⁹ Budi Rahayu T, *Manajemen Pemasaran*, (Denpasar: Universitas Udayana 2017) hlm. 11

¹⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press 2019) hlm. 8

¹¹ *OJK-pesantren dirikan Bank Wakaf Mikro, apa itu?* "diakses pada hari Rabu tanggal 29 November 2018 jam 16.27 WITA (<https://keuangan.kontan.co.id/news/ojk-pesantren-dirikan-bank-wakaf-mikro-apa-itu>)

¹² *Bank Wakaf Mikro Bukan Bank, Justru Lembaga Non Bank*" diakses pada hari Rabu tanggal 29 november 2018 jam 16:32 WITA (<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20180406100953-29-9911/bank-wakaf-mikro-bukan-bank-justru-lembaga-non-bank>)

bertindak dari pihak yang berhubungan dengan bank. Hal ini berkaitan dengan aspek hukum perseorangan. Berkaitan dengan kewenangan bertindak bagi nasabah yang bersangkutan, khususnya bagi “badan”, termasuk apakah untuk perbuatan hukum tersebut perlu mendapat persetujuan dari komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) agar diperhatikan anggaran dasar dari badan yang bersangkutan.

Metodologi

Jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (field research), yang mana langsung berhubungan dengan objek yang akan diteliti, menggunakan pendekatan kualitatif, metode deskriptif untuk melukiskan, menggambarkan atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagaimana adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Salah satu teknik analisis data yang digunakan adalah Reduksi data. Reduksi data adalah merangkum, memilih serta memilah data yang penting dan pokok. Sehingga dapat mereduksi data yang memiliki nilai dan menjadi data yang sederhana serta sesuai dengan hasil yang tercatat dilapangan.¹³

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi terhadap bagaimana Strategi pemasaran Bank wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah. Wawancara pada Penelitian ini mencari tau tentang bagaimana dampak strategi pemasaran bank wakaf mikro syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah di KCP Lombok Tengah.

Pembahasan

Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah

Dalam strategi pemasaran bank wakaf mikro syariah yang digunakan, memiliki cakupan rentetan strategi yang dilakukan, dari identifikasi kelompok, sosialisasi, uji kelayakan dan pra PWK (Pelatihan Wajib Kumpi). Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan bapak ansori, selaku supervisor Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat mengenai strategi pemasaran bank wakaf mikro didapati bahwa proses identifikasi merupakan proses penentuan kelompok sasaran yang sesuai dengan kriteria kriteria yang telah ditentukan, tahap ini merupakan tahap penyaringan nasabah yang mana bank wakaf mikro melakukan survei pada masyarakat yang ada setitik pondok pesartren, kemudian setelah melakukan penyaringan nasabah untuk mengetahui titik permasalahan atau keluhan yang dialami oleh nasabah, bank akan melakukan sosialisasi terkait dengan lembaga bank wakaf

¹³ Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, (Pontianak: Perpustakaan Nasional, 2015), hlm. 62

kepada masyarakat melalui ibu-ibu pengajian, atau arisan PKK dan sebagainya, selain sosialisasi pengelola juga memastikan masyarakat berminat untuk menjadi calon nasabah bank wakaf mikro.¹⁴ Sosialisasi ini bertujuan untuk menyebarluaskan informasi mengenai konsepsi, tahapan pembentukan, syarat keikutsertaan dan kegiatan KUMPI dengan harapan calon peserta program memahami konsepsi dan ketentuan program. Dalam pelaksanaan sosialisasi ini, dari pihak bank juga melakukan pendekatan kepada calon nasabah yang dituju sembari melakukan sosialisasi. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan survei ke rumah masing-masing nasabah untuk menguji kelayakan dan sampai pada calon nasabah dikumpulkan untuk mengikuti pra-pelatihan yang merupakan pertemuan selama 60 menit untuk melaksanakan kegiatan penempatan menjelang dilakukannya pelatihan wajib kelompok bagi para calon anggota KUMPI.¹⁵

Dampak Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah

Menurut pendapat dari ibu Baiq Nurmayana salah satu nasabah pada bank wakaf mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah menjelaskan tentang alasan mereka hingga tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Wakaf Mikro Syariah ini, yang menjelaskan bahwa ketertarikannya menjadi nasabah bank wakaf mikro ini karena produk yang dimiliki oleh Bank Wakaf ini berupa pembiayaan pada masyarakat yang memiliki usaha kecil dan menengah. Margin 2% yang ditetapkan oleh BWM sudah sangat ringan jika dibandingkan dengan bank atau perusahaan lain, sangat membantu untuk modal pedagang kecil-kecilan, sangat membantu sekali. Keberadaan BWM sangat membantu masyarakat yang berada di sekitar pondok agar tidak terjerat dengan rentenir yang menetapkan margin yang sangat besar.¹⁶

Dari penjelasan dari salah satu nasabah tersebut bisa disimpulkan bahwa memilih BWM syariah Atqia ini memiliki banyak kemudahan dan keunggulan dan juga manfaat yang diperoleh. Salah satu nasabah juga menjelaskan kembali bahwa BWM memberikan keringanan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran secara mingguan saat pertemuan kelompok tanpa harus ke kantor banknya.

Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

¹⁴ Ansori, *Wawancara*, Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia, 25 Maret 2024

¹⁵ Zohraini, *Wawancara*, Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia, 25 Maret 2024

¹⁶ Baiq Nurmayana, *Wawancara*, Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia, 25 Maret 2024

Strategi pemasaran merupakan salah satu hal bagian terpenting dalam pelaksanaan kegiatan suatu perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun barang, dalam hal ini suatu perusahaan pastinya memiliki cara ataupun strategi tersendiri dalam melaksanakan sebuah pemasaran terhadap produk maupun jasa yang perusahaan miliki, sesuai dengan pengertian dari pemasaran itu sendiri yakni pengertian strategi pemasaran merupakan upaya untuk memasarkan suatu produk pada Perusahaan, baik itu berupa barang ataupun jasa, dengan menggunakan pola rancangan dan taktik tertentu dalam pemasaran sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi.¹⁷ Bank wakaf mikro syariah atqia juga memiliki strategi khusus dalam pelaksanaan pemasaran produk yang mereka miliki.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh bank wakaf mikro syariah atqia ini sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran, dalam pelaksanaannya bank wakaf mikro syariah atqia melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi dan mendatangi langsung target yang ingin dijadikan nasabah oleh bank wakaf mikro syariah atqia untuk mencapai tujuan atau target yang telah dibuat oleh pihak bank wakaf mikro syariah atqia dalam melaksanakan pemasaran produk.

Dalam pelaksanaan strategi pemasaran dengan menggunakan strategi menghubungi dan mendatangi langsung ke rumah nsabah ini, berjalan dengan sangat efektif, yang di mana jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan di bank wakaf mikro syaqiah atqia ini mengalami peningkatan yang sangat signifikan, jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan di bank wakaf mikro syariah atqia peraya barat kcp Lombok Tengah dapat kita lihat sebagai berikut:

Tabel 1.
Jumlah nasabah Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah



Sumber: Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah

¹⁷ Marissa Grace Haque Fawzi dkk, *Strategi Pemasaran Konsep, teori dan implementasi*, (Tangerang: Pascal Book 2022), hlm.9.

Berdasarkan table jumlah nasabah diatas maka dapat disimpulkan setiap tahun terjadi peningkatan jumlah nasabah kumulatif yang artinya Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah dapat menjadi solusi untuk Masyarakat yang kesulitan mencari akses permodalan usaha mikro ditambah lagi Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah ini memiliki tujuan untuk memberdayakan Masyarakat dan mengentaskan kemiskinan di praya barat serta nasabah outsourcing cenderung fluktuatif. Nasabah outsourcing adalah nasabah yang masih memiliki kewajiban untuk mengembalikan pembiayaan kepada lembaga.

Dengan ini bisa dikatakan bahwasanya penerapan strategi yang dilakukan oleh bank wakaf mikro syariah atqia praya barat kcp Lombok Tengah berjalan sangat efektif dan efisien, dan juga mampu memberikan kemudahan bagi nasabah sehingga mampu menarik minat nasabah untuk mengambil pembiayaan di bank wakaf mikro syariah atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah.

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti lakukan mengenai permasalahan pada rumusan masalah, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran bank wakaf mikro syariah atqia kcp praya barat menggunakan strategi sosialisasi yang dimana strategi ini berjalan sangat efektif, karena dalam pelaksanaannya, Bank Wakaf Mikro Syariah Atqia Praya Barat KCP Lombok Tengah melakukan tahapan-tahapan yang sudah ada di bank wakaf mikro, tahapan awal yang dilakukan bank wakaf mikro adalah identifikasi kelompok, terhadap ke rumah nasabah yang akan mereka tuju, dengan ini bank wakaf mikro syariah atqia kcp lombok tengah sudah memiliki target tujuan ke rumah nasabah yang akan menjadi target pemasaran produk yang mereka miliki.

Daftar Pustaka

- A.S. Rusydiana & Irman Firmansyah. 2018. Strategi Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia: Pendekatan Matriks EFAS IFES. *Journal Ekonomi Islam*.
- Balqis, Wizna Gania dan Tulus Sartono. 2019. Bank Wakaf Mikro Sebagai Sarana Pemberdayaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah, *Skripsi*. Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro Semarang
- Faujiah, A. 2018. "Bank Wakaf Mikro dan Pengaruhnya terhadap Inklusi Keuangan Pelaku Usaha Kecil dan Mikro (UKM)," *Proceedings Annual Conference for Muslim Scholars*
- Gustani dan Ernawan, D.A. 2016. Wakaf Tunai sebagai Sumber Alternatif Permodalan Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2.1

- Ibrahim. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Perpustakaan Nasional, Pontianak
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Infobanknews.com, Bank Wakaf Mikro: Fokus Pada Pembiayaan Masyarakat Kecil, [http://infobanknews.com/bank-wakaf-mikro-fokus-pada-pembiayaan- masyarakat-kecil/](http://infobanknews.com/bank-wakaf-mikro-fokus-pada-pembiayaan-masyarakat-kecil/)
Diakses pada tanggal 16 Mei Tahun 2019, Pukul 13:48
- Ismanto, Kwat. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar (2015)
- Kartajaya, Hermawan. *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan (2006)
- Marissa Grace Haque Fawzi dkk. *Strategi Pemasaran Konsep, teori dan implementasi*, Tangerang: Pascal Book (2022)
- Priyadi, Unggul dan Sutardi. *Teori dan Aplikasi Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Yogyakarta: UII Press (2018)
- Rahayu, Budi. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana (2017)
- Rodon, Ahmadi, dkk. *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim (2008)