

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank merupakan lembaga keuangan dibidang ekonomi sebagai lembaga intermediasi keuangan. Bank pada dasarnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan menerbitkan promis atau yang dikenal dengan *banknote*. Bank syariah muncul di Indonesia pada awal tahun 1990-an. Pemrakasa berdirinya bank syari'ah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18 -20 agustus 1990.

Bank Syari'ah adalah Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip – prinsip serta kaidah kaidah syariat islam, maksudnya adalah bank dalam operasinya serta tata kelolanya sesuai dengan ketentuan-ketentuan syariat agama islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam. Dalam menjalankan kegiatannya, bank syari'ah harus berlandaskan pada al qur'an dan sunnah nabi Muhammad SAW. Bank syari'ah mengharamkan penggunaan produk dengan system bunga, bunga bank sendiri adalah riba, hal ini menjadi bukti kuat sejak dikeluarkanya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang mengharamkan sistem bunga pada bank konvensional tahun 2013.

Perkembangan Perbankan Syariah ternyata tidak hanya dilakukan oleh masyarakat muslim, akan tetapi juga masyarakat non muslim. Saat ini bank syari'ah sudah tersebar diberbagai Negara-Negara muslim dan nonmuslim,

baik di benua amerika, Australia dan eropa. Bahkan banyak perusahaan dunia yang telah membuka cabang berdasarkan prinsip syari'ah. Hingga abad ke-20 bank islam ini baru melakukan penelitian lapangan dan diskusi baik para akademisi maupun para praktisi ekonomi. Kesadaran untuk mewujudkan bank islam sebagai solusi masalah ekonomi untuk mencapai kesejahteraan terus meningkat.¹

Bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan dengan prinsip syari'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank atau pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan-kegiatan lainnya dalam perbankan.²

Bank sebagai perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, produk yang diperjual belikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, sistematika dan perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan mempunyai sedikit perbedaan dengan perusahaan lainnya. Maka dari itu, dunia perbankan membutuhkan system pemasaran untuk menjual produk dan jasanya agar memperoleh keuntungan.

Menurut undang-undang perbankan No.10 Tahun 1998, pengertian tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lain yang dipersamakan dengan itu.³ Tabungan adalah

¹M. Ma'ruf, *Hukum Perbankan dan Perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia*, (Banjarmasin: Antasari press, 2006), 28.

²Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2008), 21.

³Ismail, *Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: KENCANA, 2011), 74.

simpanan uang yang berasal dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan bisa dilakukan oleh perorangan maupun instansi tertentu. Simpanan uang (tabungan) bisa diambil kapan saja tanpa terikat oleh waktu, bahkan bisa ditarik tunai secara mandiri melalui fasilitas ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang merupakan fasilitas diberbagai bank masing-masing.

Anak-anak umumnya telah diajarkan menabung sejak masih kecil atau kanak-kanak sebab anak-anak belum paham serta belum bisa menabung sendiri di bank tanpa didampingi oleh orang tua. Oleh sebab itu, OJK (otoritas jasa keuangan) bersama industry perbankan mengembangkan produk simpanan untuk pelajar yang fiturnya disesuaikan dengan dengan kebutuhan kelompok pelajar yang disebut simpanan pelajar atau simpel/simpel IB. Produk Simpel IB yang merupakan produk syariah dari simpanan pelajar yang diluncurkan oleh presiden Republik Indonesia RI pada 14 juni 2015 yang bertepatan dengan pelaksanaan pasar keuangan syari'ah di parkir selatan senayan, Jakarta.⁴

Simpanan pelajar merupakan salah satu inisiatif BI (Bank Indonesia) serta OJK (otoritas jasa keuangan) untuk memperluas akses keuangan bagi kalnagn pelajar sekaligus bertujuan untuk mengajarkan dan membiasakan mereka dalam mengelola uang sejak dini, karena produk ini dapat digunakan mulai dari siswa pendidikan anak usia dini (PAUD) sampai tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Pada perbankan syari'ah akad yang digunakan adalah Akad wadi'ah. Akad wadiah adalah transaksi penitipan dana atau barang dari

⁴Otoritas Jasa Keuangan “Presiden RI Luncurkan Simpanan Pelajar”, [Http://sikapiuangmu.ojk.go.id/id/article](http://sikapiuangmu.ojk.go.id/id/article), (09 april 2017), 208.

pemilik kepada penyimpan dana atau barang dengan berkewajiban bagi pihak yang menyimpan untuk mengembalikan dana atau barang titipan sewaktu-waktu.⁵ Berdasarkan riset yang dilakukan oleh *child and youth finance international*, orang dewasa yang telah menerima edukasi keuangan sejak dini akan lebih baik dalam melakukan pengelolaan keuangan dibandingkan orang dewasa yang tidak mendapatkan edukasi keuangan sejak dini.

Tabungan Simpanan pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk menabung sejak dini. Tabungan simpanan pelajar (SimPel) menggunakan sistem akad wadi'ah dengan setoran awal minimal Rp 1.000,-, setoran selanjutnya minimal Rp 1.000,- serta untuk limit penarikannya maksimal Rp 500.000,- tiap harinya dengan diberikan fasilitas kartu ATM (Anjungan Tunai Mandiri), Dengan biaya administrasi gratis, biaya dibawah saldo minimum gratis, kemudian biaya rekening dormant Rp 1.000,- per bulan (dikenakan apabila rekening tidak aktif dalam 12 bulan), biaya pergantian buku tabungan saat pembukuan rekening atau karena habis gratis, biaya pergantian kartu ATM karena hilang atau rusak Rp 15.000,- dan biaya penutupan rekening sebesar Rp 1.000,-.⁶ Produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) yang bisa dikatakan masih baru karena produk ini direalisasikan pada

⁵ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah'ah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 35.

⁶Bank Syariah Bukopin, "Simpanan Pelajar Simpel Syariah Bukopin IB". <http://www.syari'ahbukopin.co.id>, (10 april 2017).

tahun 2015, tetapi antusias masyarakat sangat bagus dan dibuktikan dengan bertambahnya nasabah pada setiap tahunnya.⁷

Simpanan pelajar (SimPel) sebagai sarana menabung, diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman pelajar, orang tua maupun komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya tabungan. Peluncuran simpanan pelajar juga mendukung inisiatif OJK (Otoritas Jasa keuangan) dibidang literasi keuangan yang mengenalkan dan mengajarkan materi mengenai OJK (Otoritas Jasa keuangan) serta industry jasa keuangan kepada pelajar SMA,SMP dan selanjutnya akan dilakukan kepada pelajar SD. Dengan demikian, pelajar langsung praktik menabung di bank. Hingga tahun 2016 telah dipublikasikan terdapat delapan bank umum syari'ah yang menjadi peserta dalam program simpanan pelajar (simpel) IB yaitu bank muamalat, BNI syari'ah, bank syariah mandiri, BRI syari'ah, Bank BJB syari'ah, bank syari'ah Bukopin, bank Victoria Syari'ah, dan Bank Panin syari'ah.

Bank syari'ah Bukopin kantor cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya didalam pemasaran produk tabungan simpanan pelajar, yang menggunakan kerja sama dengan instansi atau lembaga pendidikan, salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan menjemput bola,karena target yang dituju adalah pelajar, Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya melakukan perjanjian terlebih dahulu dengan sekolah-sekolah yang berada dibawah naungan kemendikbud maupun kementerian agama.produk simpanan pelajar (SimPel) diharapkan Bank

⁷BankSyariah Bukopin, "Bank syariah bukopin luncurkan tabungan Simpel IB",<http://www.imq21.com/news/read/305431/20150615/151617/>, (10 april 2017).

syari'ah bukopin kantor cabang pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya dapat meningkatkan jumlah nasabah dari tahun ke tahun.

Berdasarkan fakta yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar (simpler) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang diangkat berdasarkan penelitian ini adalah

1. Bagaimana Analisis Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar (simpler) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya?
2. Faktor apa yang menjadi menunjang dan menghambat terhadap Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar (simpler) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis Strategi Marketing Produk Simpanan Pelajar (simpler) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis berbagai Faktor yang menjadi menunjang dan menghambat terhadap Marketing Produk Simpanan Pelajar (simpler) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Secara Teoritis

Dengan diterapkannya produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) mampu menjadi sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru, sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien dilingkungan sekolah, dan juga mengajarkan kemandirian anak atau pelajar mulai sejak dini. Serta mengembangkan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai *marketing*.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Harapan dari hasil penelitian ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan keilmuan perbankan syariah dan mampu menerapkan ilmu yang didapat dari bangku perkuliahan kedalam kehidupan bermasyarakat.

b. Bagi Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya

Penelitian ini untuk memberikan strategi serta konsep gambaran tentang pemasaran produk tabungan simpanan pelajar di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan, konsep strategis dan pengambilan kebijakan perusahaan.

c. Bagi Akademisi

Penambahan wawasan serta pengetahuan dibidang ekonomi islam khususnya perbankan syari'ah dan dapat berguna sebagai bahan informasi untuk peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi marketing pada produk simpanan pelajar (SimPel) di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu H.R. Muhammad Kota Surabaya.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga perbankan sehingga mampu menerapkan budaya gemar menabung serta melatih mengelola keuangan sejak sedini mungkin.

E. Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini berfungsi untuk berbagi informasi mengenai hasil-hasil penelitian, untuk menghubungkan penelitian kedalam suatu pembahasan yang lebih luas serta untuk memberikan perbandingan antara hasil dan temuan penelitian.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Adi Wiyanto, pada tahun 2013, dengan judul "Pengukuran Kinerja dengan Konsep Pemasaran". Dalam penelitian tersebut dari permasalahan yang dihadapi oleh pihak manajemen PT Danliris maka bagian pemasaran memerlukan suatu sistem pengukuran kinerja yang baru yang dapat menyelesaikan permasalahan. Sistem kinerja yang baru tersebut diperlukan untuk memperbaiki sistem pengukuran kinerja yang lama, yang dijabarkan oleh visi, misi dan strategi

perusahaan, sehingga pengukuran kinerja bagian pemasaran sejalan dengan visi, misi dan strategi perusahaan secara keseluruhan.⁸

Kedua, penelitian yang dilakukan Maïke Supranoto, pada tahun 2013. Dengan judul “Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka meningkatkan Kinerja Pemasaran di kota Ponegoro”. Menyimpulkan bahwa kepandaian perusahaan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. Dengan demikian inovasi harus benar-benar direncanakan dan dilakukan dengan cermat. Disisi lain, dunia bisnis kini mulai menganut pemikiran baru, dimana kewirausahaan disebut sebagai salah satu faktor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.⁹

Ketiga, penelitian yang dilakukan Leny Maulidiya Rahmat pada tahun 2014, Dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran PT. Koko Jaya Prima Makassar”. bawasannya Perencanaan strategis yang berorientasi pasar adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumberdaya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan membentuk dan menyempurnakan usaha dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan. Pemasaran memegang peranan yang penting dalam proses perencanaan

⁸Adi Wiyanto. “Pengukuran Kinerja dengan Konsep Pemasaran”, (Skripsi--Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2003)

⁹Maïke Supranoto, “Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka meningkatkan Kinerja Pemasaran”, (Skripsi--Universitas Diponegoro, Ponegoro, 2009)

strategis. Manajemen pemasaran memberikan sumbangan fungsional paling besar dalam proses perencanaan strategis dengan peran kepemimpinan dalam mendefinisikan misi bisnis, menganalisa situasi lingkungan, persaingan, dan situasi bisnis. Mengembangkan tujuan sasaran dan strategi serta mendefinisikan rencana produk, pasar distribusi dan kualitas untuk menerapkan strategi usaha.¹⁰

Keempat, penelitian yang dilakukan Sandi Reza Pribadi pada tahun 2016, Dengan judul “Strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) di Bank BRI Syari’ah K.C. Purwokerto”. Bahwasannya Perencanaan strategis yang berorientasi pada produk perbankan adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumberdaya organisasi dan produk perusahaan sehingga memenuhi target dalam pengembangan produk perbankan dan pertumbuhan ketertarikan pada masyarakat. Pemasaran memegang peranan yang penting dalam proses perencanaan strategis. Manajemen pemasaran memberikan sumbangan fungsional paling besar dalam proses perencanaan strategis dengan peran kepemimpinan dalam mendefinisikan misi bisnis, menganalisa situasi lingkungan, persaingan lapangan. Mengembangkan tujuan sasaran dan strategi serta mendefinisikan rencana produk perbankan, yakni simpanan pelajar.¹¹

¹⁰Leny Maulidya Rahmat, “Analisis Strategi Pemasaran PT. Koko Jaya Prima”, (Skripsi--Universitas Hasanuddin, Makassar, 2010)

¹¹Sandi Reza Pribadi, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) di Bank BRI Syari’ah K.C. Purwokerto”, (Skripsi--IAIN Purwokerto, 2016).

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Riani Fauziyah pada tahun 2014, dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea” bahwasanya pembahasan mengenai proses alur strategis yang telah direncanakan serta terlaksana hasil pemasaran dari mulai barang mentah hingga proses pemasarannya, serta peran fungsional dalam proses perencanaan strategis dengan peran pemasarannya dalam menerapkan misi dalam usaha bisnis, menganalisa lingkungan serta persaingan lingkungan.¹²

Tabel 1.1.
Penelitian Terdahulu

| No. | Penulis | Tahun | Judul penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|-----|-----------------------|-------|--|--|---|
| 1. | Sandi Reza Pribadi | 2016 | Strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) di Bank BRI Syari'ah K.C. Purwokerto | proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumberdaya organisasi dan produk perusahaan sehingga memenuhi target dalam pengembangan produk perbankan. | penelitian ini focus pada strategi pengelolaan pemasaran dalam upaya pengembangan produk-produk perbankan. |
| 2 | Leny Maulidiya Rahmat | 2014 | Analisis Strategi Pemasaran PT. Koko Jaya Prima Makassar | Perencanaan strategi yang berperan untuk proses manajerialnya dalam upaya menyetarakan sumberdaya manusia serta keahlian dalam bidang pemasaran produk perbankan. | Perencanaan strategis yang berorientasi pasar adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian, dan sumberdaya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah dengan tujuan membentuk dan menyempurnakan usaha dan |

¹²Riani Fauziyah, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea”,(Skripsi--IAIN Syekh Nur Jati, Cirebon,2014).

| | | | | | |
|----|----------------|------|---|---|---|
| | | | | | produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan bisnis. |
| 3. | Riani Fauziyah | 2014 | Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Produksi pada PT. Putri Doro Thea | Perencanaan strategi pemasaran mulai dari proses perencanaan hingga pelaksanaannya di lingkungan. | proses alur strategis yang telah direncanakan serta terlaksana hasil pemasaran dari mulai barang mentah hingga proses pemasarannya, serta peran fungsional dalam proses perencanaan strategis dengan peran pemasarannya dalam menerapkan misi dalam usaha bisnis, menganalisa lingkungan serta persaingan lingkungan. |
| 4. | Adi Wiyanto | 2013 | Pengukuran Kinerja Dengan Konsep Pemasaran PT. Danrilis | Kesetabilan visi misi perusahaan dalam pola atau strategi pemasaran mengenai produk perbankan. | Sistem kinerja yang baru tersebut diperlukan untuk memperbaiki sistem pengukuran kinerja yang lama, yang dijabarkan oleh visi, misi dan strategi perusahaan, sehingga pengukuran kinerja bagian pemasaran sejalan dengan visi, misi dan strategi perusahaan secara keseluruhan. |

| | | | | | |
|----|-----------------|------|--|--|---|
| 5. | Maike Supranoto | 2013 | Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam Rangka meningkatkan Kinerja Pemasaran di kota Ponegoro | Strategi pemasaran pada produk inovasi sehingga mampu diterima dan dinikmati masyarakat. | kepandaian perusahaan dalam mengenali selera pelanggannya sehingga inovasi yang dilakukannya pada akhirnya memang sesuai dengan keinginan pelanggannya. |
|----|-----------------|------|--|--|---|

Sumber ; data penelitian diolah.

F. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari beberapa operasional variable diantaranya adalah:

1. **Strategi** diartikan sebagai generalship atau sesuatu yang dilakukan pada jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukan musuh dan memenangkan perang. Namun lambat laun seiring berkembangnya zaman, arti strategis berkembang untuk semua aspek kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, social, budaya dan agama.¹³
2. **Marketing** adalah proses dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program-program yang mendorong minat beli serta kepuasan konsumen, melalui penyampaian informasi dan kesan yang meyakinkan, dalam usaha memperlihatkan bahwa perusahaan dan produk- produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, kepentingan, dan minat konsumen.¹⁴
3. **SimPel iB** kependekan dari **Simpanan Pelajar iB** adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang

¹³ Rafi'udin dan manna abdul djaliel, *prinsip dan strategi dakwah*, (bandung: pustaka setia, 1997), hal. 76.

¹⁴ Rosady ruslan, *manajemen public relations dan media komunikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2003) hal. 225

menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.¹⁵

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dibagi menjadi 5 BAB pembahasan dan setiap BAB terdiri dari sub bab diantaranya adalah :

BAB I pendahuluan. Yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, definisi operasional variable, sistematika penulisan.

BAB II landasan teori. Yang meliputi pengertian tentang teori strategi, tahapan -tahapan strategi, pembahasan tentang marketing serta konsep - konsep marketing dalam penerapannya, bauran pemasaran, media promosi marketing dan simpanan pelajar.

BAB III metodologi penelitian. Yang meliputi metode penelitian, tempat dan waktu penelitian, fokus penelitian, penentuan informan, sumber-sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV hasil penelitian. Yang meliputi *pertama*, pemaparan data yang meliputi sejarah bank syariah bukopin, visi dan misi, tujuan, operasional perusahaan, structural organisasi bank syariah bukopin dan deskripsi tugas. *Kedua*, pemaparan data yang meliputi analisis dalam penerapan strategi marketing produk simpanan pelajar pada Bank Syariah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad Surabaya serta tanggapan – tanggapan informan terkait simpanan pelajar, bank bukopin syariah kantor cabang

¹⁵<http://www.syariahbukopin.co.id/?q=simpanan-pelajar-simpel-syariahbukopin-ib.html>
dikutip pada tanggal 30 mei 2017/21.18 WIB

pembantu H.R. Muhammad kota Surabaya. *Ketiga* , pemaparan data yang meliputi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi marketing produk simpanan pelajar pada Bank Syari'ah Bukopin cabang pembantu H.R. Muhammad Surabaya.

BAB V Penutup. Yang meliputi kesimpulan dan saran.