



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tu

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



nyebutkan sumber:

**STRATEGI PEMASARAN LABORATORIUM BANK MINI SYARIAH
UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI MAHASISWA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Fakultas Syariah dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

M. REZA RESTU NABILLA
NIM. 02220615630

**PROGRAM STUDI D-III
PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2025 M/1447 H**



PENGESAHAN

Laporan Akhir dengan judul “**STRATEGI PEMASARAN LABORATORIUM BANK SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU**”, yang ditulis oleh:

NAMA : M. Reza Restu Nabilla
NIM : 02220615630
PROGRAM STUDI : D-III Perbankan Syariah

Telah dimunaqsyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 17 Juli 2025
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Lt. 2 Gedung Belajar

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 17 Juli 2025

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Jenita, MM

Sekretaris Penguji

Haniah Lubis, M.E. Sy

Penguji 1

Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sh

Penguji 2

Dr. Rustam, SE., ME., Sy

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. H. Maghfirah, MA.

NIP. 19741025 200312 1 002

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

3. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

4. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

5. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

6. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

7. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

8. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

9. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

10. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

11. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

12. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

13. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

14. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.

15. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Laporan akhir dengan judul **Strategi Pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah Untuk Meningkatkan Transaksi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau**, yang ditulis oleh:

Nama : M. Reza Restu Nabilla
 NIM : 02220615630
 Program Studi : D-III Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Juli 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Rozi Andrini M.E.
NIP. 199405022018012002

Madona Khairunisa ,S.E.I., ME.Sy
NIP. 198609182023212004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Reza Restu Nabilla
NIM : 02220615630
Tempat/Tgl.Lahir : Duri, 13 Maret 2004
Fakultas : Syariah Dan Hukum
Prodi : D-III Perbankan Syariah
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN LABORATORIUM BANK MINI SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulis Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Reza Restu Nabilla
NIM.02220615630



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

M. REZA RESTU NABILLA, (2025): Strategi Pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah Untuk Meningkatkan Transaksi Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau

Laboratorium Bank Mini Syariah merupakan salah satu fasilitas pendukung pembelajaran di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, khususnya bagi mahasiswa Program Studi D-III Perbankan Syariah. Laboratorium ini bertujuan memberikan pengalaman praktis dalam operasional perbankan syariah. Namun, tingkat transaksi mahasiswa yang masih rendah menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan partisipasi dan pemanfaatan laboratorium.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi dari pengelola laboratorium dan mahasiswa. Analisis data dilakukan dengan mengkaji strategi pemasaran berdasarkan konsep bauran pemasaran jasa (7P), serta mengevaluasi kendala yang dihadapi dalam operasional dan promosi laboratorium.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah mencakup pengembangan layanan praktikum berbasis transaksi keuangan syariah, promosi melalui brosur dan sosialisasi, serta pelayanan oleh mahasiswa piket. Kendala yang dihadapi meliputi kurangnya disiplin petugas, belum optimalnya promosi digital, keterbatasan fasilitas, dan minimnya dukungan institusional. Untuk meningkatkan transaksi, diperlukan penguatan promosi berbasis media sosial, program loyalitas mahasiswa, pelatihan rutin, dan penunjukan tenaga pengawas tetap. Strategi-strategi ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas laboratorium sebagai sarana pembelajaran sekaligus mendukung literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Laboratorium Bank Mini Syariah,, Mahasiswa, Transaksi.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Alhamdulillah, atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan akhir dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN LABORATORIUM BANK MINI SYARIAH UNTUK MENINGKATKAN TRANSAKSI MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU”** dengan baik dan maksimal.

Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) pada Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan D3 Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penyelesaian laporan akhir ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Ullia akbar dan Ibu Susi Vewawati, S.Pd. orang tua tercinta, atas segala doa, dukungan, baik material maupun non-material, yang telah menjadi motivasi utama dalam menyelesaikan studi ini.
2. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., AK, CA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. H. Maghfirah, MA, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, beserta Bapak Dr. M. Darwis, SHI., SH., MH. Wakil Dekan I, Ibu Dr. Nurnasrina, S.E., M.Si, Wakil Dekan II, Bapak Dr. M. Alpi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Syahrin, S.H., M.H, Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Jenita, SE, MM, selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah, dan Ibu Rozi Andrini, M. E, selaku Sekretaris Jurusan D3 Perbankan Syariah, atas bimbingan dan arahnya selama penyusunan laporan akhir ini.
 5. Selaku Pembimbing I ibu Dr. Rozi Andrini M.E., dan selaku Pembimbing II ibu Madona Khairunisa, S.E.I., ME.Sy, yang telah memberikan banyak masukan, arahan, serta bimbingan berharga.
 6. Ibu Nuryanti, S.E.I., M.E.Sy. selaku Dosen Penasehat Akademik, atas bimbingan dan masukan selama masa perkuliahan.
 7. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Hukum, khususnya Prodi Perbankan Syariah, yang telah memberikan ilmu, mendidik, dan membimbing penulis selama proses perkuliahan.
 8. Laboratorium Bank Mini Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian secara langsung di labor tersebut. Ibu Darnilawati, S.E., M.Si. selaku pengelola Laboratorium Bank Mini Syariah, atas waktu dan bantuan yang telah diberikan.
 9. Staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum, serta Perpustakaan Fakultas, atas bantuan dalam urusan administrasi selama masa perkuliahan.
 10. Teman-teman Mahasiswa Perbankan Syariah, yang telah berpartisipasi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai objek penelitian dalam laporan akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam laporan ini. Penulis berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat dan dampak positif bagi para pembaca. Penulis juga terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat memperbaiki dan mengembangkan karya di masa mendatang.

Pekanbaru, 10 Juli 2025

M. Reza Restu Nabilla
NIM. 02220615630

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Strategi	11
B. Pemasaran	12
C. Laboratorium Bank Mini Syariah	20
D. Bank Syariah	23
E. Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Subjek dan Objek Penelitian	29
D. Informan Penelitian.....	30
E. Sumber Data.....	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	31
G. Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
A. Strategi Pemasaran Di Laboratorium Bank Mini Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Transaksi Mahasiswa.....	34



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

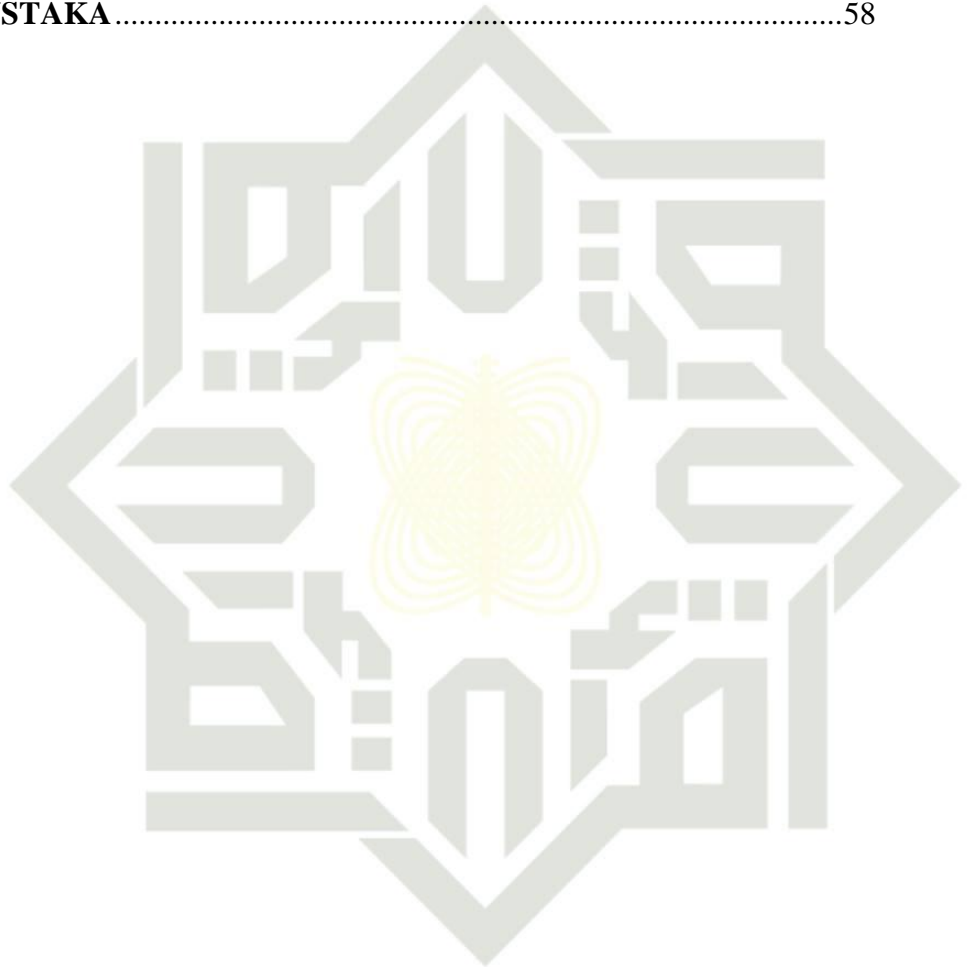
B. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pemasaran Laboratorium Bank Mini	
Syariah.....	49

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
---	-----------

A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA	58
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Transaksi di Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau tahun 2024.....	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	26



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Industri perbankan syariah di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Sebagai bagian dari sistem keuangan yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam, bank syariah memiliki tujuan untuk menyediakan layanan finansial yang sesuai dengan syariat. Seiring meningkatnya kebutuhan akan tenaga profesional di sektor ini, berbagai perguruan tinggi di Indonesia, termasuk Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, berkomitmen untuk mencetak lulusan yang berkualitas melalui program studi Perbankan Syariah. Salah satu sarana penting yang mendukung proses pembelajaran mahasiswa adalah laboratorium Bank Mini Syariah, yang berfungsi memberikan pengalaman praktis secara langsung dalam operasional perbankan syariah.¹

Laboratorium Bank Mini Syariah berperan sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh di bangku kuliah, khususnya dalam hal pelayanan, administrasi, dan operasional perbankan syariah. Kehadiran laboratorium ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan praktis mahasiswa dalam mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja nyata. Meski demikian, efektivitas laboratorium dalam mengembangkan

¹ Wadhan Dan Fatati Nuryana, “Pengaruh Layanan Laboratorium Galeri Investasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura Dalam Bertransaksi Di Pasar Modal Syariah” (Institut Agama Islam Negeri Madura, 2019), h.5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keterampilan mahasiswa masih menjadi bahan diskusi, terutama terkait mutu layanan yang diberikan. Mahasiswa, sebagai pengguna layanan laboratorium, memiliki harapan terhadap kelengkapan fasilitas, sistem pelayanan yang diterapkan, serta kualitas bimbingan dari pihak pengelola laboratorium.²

Menurut Dwi Fitriana, setiap perusahaan memiliki tujuan utama untuk bertahan dan terus berkembang. Tujuan ini hanya bisa tercapai jika perusahaan mampu mempertahankan serta meningkatkan laba yang diperolehnya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan volume penjualan melalui strategi membina hubungan baik dengan pelanggan dan memperluas penguasaan pasar. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang kuat dan terarah, agar perusahaan mampu memanfaatkan peluang yang ada secara optimal, sehingga posisi perusahaan di pasar tetap terjaga dan bahkan dapat ditingkatkan.³

Sofjan Assauri mengemukakan bahwa strategi pemasaran ialah kumpulan tujuan serta sasaran, kebijakan serta aturan yang memberkikan arah tentang hal-hal yang harus dilakukan oleh bagian pemasaran perusahaan dari tiap waktu, tiap tingkatan serta patokan alokasinya, terutama bagian dari respon perusahaan untuk menghadapi lingkungan serta persaingan yang terus

² Reskiyanur, "Tinjauan Pengembangan Kualitas Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Kerja" (Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021), h.3.

³ Dwi Fitriana. 2014. Skripsi tentang *Analisis Strategi Pemasaan Perhotelan di Makassar (Studi Kasus di Grand Clarion & Convention)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. h.1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berubah (dinamis).⁴ Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan melayani pasar sasaran tersebut. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Di samping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan/kondisi pada saat ini. Hasil penelitian atau evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang dijalankan perlu diubah, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang.

Riau sebagai salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi pusat kegiatan bisnis yang memiliki potensi yang cukup besar, yang mendorong para pelaku usaha baik yang sifatnya skala kecil hingga skala besar, sehingga mengakibatkan peningkatan intensitas persaingan industri di kota ini. Oleh karena itu setiap perusahaan atau lembaga harus dapat menyediakan produk yang menarik dan pelayanan yang memuaskan untuk dapat bersaing dengan

⁴ Achmad Yusron, "Strategi Pemasaran : Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep dan Contoh", <https://rocketmanajemen.com/tujuan-strategi-pemasaran> (diakses pada 11 Januari 2019, pukul 14.00 WITA)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan atau lembaga lain yang bergerak di bidang yang sama.

Perusahaan atau lembaga perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan persaingan. Dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu industry atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah jaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen. Memahami fenomena yang berkembang tersebut, UIN Suska Riau sebagai salah satu Perguruan Tinggi yang berada di Riau turut ikut andil dalam mengatasi fenomena tersebut dengan menerapkan Mata Kuliah Perbankan Syariah. Hal tersebut berdasarkan atas keputusan dari Direktur Jendral Perguruan Tinggi, dalam UU RI No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pada Pasal 5 ayat 1 tentang Pendidikan Tinggi bertujuan:

Berkembangnya potensi Mahasiswa agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, terampil, kompeten, dan berbudaya untuk kepentingan bangsa.⁵

⁵ Indonesia, Undang-undang No 12 Tahun 2012. Tentang Pendidikan Tinggi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mata kuliah tersebut diharapkan dapat menciptakan iklim akademik yang akan meningkatkan kompetensi mahasiswa baik *hardskill* maupun *softskill* dan juga diharapkan dengan adanya mata kuliah tersebut dapat menimbulkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa terkhusus dalam lingkup UIN Suska Riau.

Dalam usaha mewujudkan calon-calon pengusaha muda yang terdidik, mata kuliah Perbankan Syariah merupakan salah satu program awal yang dapat ditempuh oleh mahasiswa untuk membekali diri dalam memahami dan menguasai prinsip – prinsip ekonomi islam, serta mampu mengaplikasikannya dalam operasional perbankan. Selain dari menerapkan mata kuliah Perbankan Syariah UIN Suska Riau juga mendirikan sebuah lembaga sebagai langkah riil dalam mewujudkan pengembangan kewirausahaan maka didirikanlah Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan diharuskan untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik. Dengan pemasaran produk yang baik maka akan meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula dengan Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau, guna untuk meningkatkan transaksi laboratorium bank mini syariah. Berikut tabel transaksi di Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau tahun 2024 :

Tabel 1. 1
Transaksi di Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau tahun 2024

NO	BULAN	TRANSAKSI			DEBIT	KREDIT	SALDO
		Tarik Tunai	Lainnya	ADM			
1	September	Rp 2,414,000	Rp 5,825,000	Rp 27,000	Rp 5,852,000	Rp 2,414,000	Rp 3,438,000
2	Oktober	Rp 16,544,000	Rp 14,745,000	Rp 104,000	Rp 14,849,000	Rp 16,544,000	Rp 1,743,000
3	November	Rp 6,427,000	Rp 5,412,100	Rp 88,000	Rp 5,500,100	Rp 6,427,000	Rp 816,100
4	Desember	Rp 5,845,000	Rp 9,500,000	Rp 54,000	Rp 9,554,000	Rp 5,845,000	Rp 4,525,100

Sumber : Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau

Dengan latar belakang di atas, dapat menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga dan badan usaha yang bekerja sama dengan Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau dalam meningkatkan eksistensi lembaganya serta demi untuk mewujudkan visi lembaga, yaitu “Lembaga perbankan yang dapat melayani kebutuhan Mahasiswa, Dosen/Karyawan, Masyarakat pendidikan dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Masyarakat umum”. Dengan demikian penulis memilih judul sebagai berikut:

“Strategi Pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah Untuk Meningkatkan Transaksi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau,”

Laporan dengan judul tersebut akan menganalisis strategi pemasaran dari setiap lembaga atau badan usaha yang bernaung di bawah Laboratorium Laboratorium Bank Mini Syariah UIN Suska Riau.

B. Batasan Masalah

Untuk menjaga kejelasan dan konsistensi arah penelitian, peneliti menetapkan batasan masalah agar hasil penelitian dapat terfokus dan terarah. Strategi pemasaran Labor Bank Mini Syariah untuk meningkatkan transaksi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan transaksi mahasiswa, karakteristik mahasiswa yang mempengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan Labor Bank Mini Syariah, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran.

UIN SUSKA RIAU

D. Tujuan Penelitian

- Rumusan masalah**
1. Bagaimana strategi pemasaran di Laboratorium Bank Mini Syariah dalam meningkatkan jumlah transaksi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau?
 2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pemasaran laboratorium bank mini syariah?

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam pengetahuan serta teori-teori dalam bidang ekonomi yang relevan dengan masalah penelitian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Dapat mengetahui lebih dalam dan lebih memahami tentang penerapan strategi pemasaran di lembaga atau badan usaha yang bekerja sama dengan Labor Bank Mini Syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Sebagai bahan masukan untuk menjadi pertimbangan bagi manajemen-manajemen perusahaan, khususnya bagi Labor Bank Mini Syariah beserta lembaga dan badan usaha yang tergabung didalamnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan pangsa pasarnya.
- c. Sebagai bahan informasi yang diharapkan berguna untuk memperkaya perbendaharaan kepustakaan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

F Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan gambaran yang jelas dalam penulisan penelitian ini, penulis menyusun sistematikanya sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Menguraikan teori dan konsep yang relevan dengan penelitian ini. Bagian ini mencakup konsep strategi pemasaran, teori kualitas strategi pemasaran dalam dunia pendidikan, serta peran laboratorium bank mini syariah dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa. Selain itu, penelitian terdahulu yang terkait akan dibahas untuk melihat kesenjangan penelitian yang diisi oleh studi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III:

Metodologi Penelitian

Pada bab ini terdiri dari Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisa Data.

BAB IV:

Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Menyajikan strategi pemasaran di Laboratorium Bank Mini Syariah dalam meningkatkan jumlah transaksi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, serta membahas kendala yang dihadapi dalam pemasaran dan memaparkan solusinya.

BAB V:

Kesimpulan Dan Saran

Pada bab ini terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A Strategi

1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "strategi" berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi juga dapat diartikan sebagai ilmu dan seni memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu, baik dalam perang maupun damai.

a. Pengertian strategi secara umum:

- 1) Strategi: proses penentuan rencana pemimpin puncak berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan cara/upaya bagaimana agar tujuan dapat dicapai.
- 2) Strategi: proses yang menentukan adanya perencanaan terhadap top manajer yang terarah pada tujuan jangka panjang perusahaan, disertai penyusunan upaya bagaimana agar mencapai tujuan yang diharapkan.

b. Pengertian strategi secara khusus:

- 1) Strategi: tindakan yang bersifat senantiasa meningkat, terus menerus, dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan.
- 2) Strategi: tindakan yang bersifat terus-menerus, mengalami peningkatan dan dilakukan sesuai sudut pandang tentang apa yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diinginkan serta diharapkan oleh konsumen di masa depan.⁶

Menurut Candler (dalam Rangkuti, dalam Dwi Fitriana) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.⁷ Sedangkan Menurut Marrus (dalam Umar, dalam Dwi Firtiana) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.⁸

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses merancang dan menyampaikan penawaran yang bernilai kepada konsumen, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka secara menguntungkan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan orang lain.

Dalam konteks bisnis modern, pemasaran bukan hanya kegiatan penjualan atau periklanan semata, tetapi mencakup seluruh aktivitas yang dirancang untuk memahami pasar, menarik pelanggan baru,

⁶ Sedarmayanti. 2016. *Manajemen Strategi*. (Bandung: PT. Refika Adetama) h.2.

⁷ *Op.cit.*, h.9.

⁸ *Ibid.*, h.9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempertahankan pelanggan lama, dan membangun hubungan yang berkelanjutan. Kegiatan pemasaran melibatkan riset pasar, segmentasi, penetapan posisi (positioning), strategi produk, harga, distribusi, dan promosi.⁹

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai:

"Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large." Artinya: "Pemasaran adalah aktivitas, sekumpulan lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat secara keseluruhan."

Dengan demikian, pemasaran tidak hanya berfokus pada keuntungan bisnis semata, melainkan juga memperhatikan kepuasan konsumen serta nilai sosial yang lebih luas.¹⁰

2. Sasaran Pemasaran

Kegiatan pemasaran hendaknya diarahkan kepada sasaran pasar yang dituju, sehingga dapat berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Oleh karena itu, pertama-tama yang harus dilakukan adalah penentuan sasaran pasar. Sasaran pasar dapat ditentukan apabila pimpinan perusahaan

⁹ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*, 15th ed., Pearson Education, 2016.

¹⁰ American Marketing Association. (2017). Definition of Marketing. Retrieved from: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

atau bagian/bidang pemasaran telah melakukan segmentasi pasar dari produk yang dipasarkan terlebih dahulu. Penentuan sasaran pasar ini penting, karena suatu perusahaan yang memutuskan untuk beroperasi dalam beberapa pasar, apakah pasar konsumen, pasar industri/produsen, pasar pedagang dan pasar pemerintah.¹¹

a. Orientasi Perusahaan Terhadap Pasar

Terdapat lima konsep yang dapat dipilih organisasi atau perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran, di antaranya adalah konsep produksi, konsep produk, konsep menjual/penjualan, konsep pemasaran, dan konsep pemasaran berwawasan sosial.

b. Konsep produksi

Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di banyak tempat dan murah harganya. Pemasar yang berorientasi produksi memusatkan perhatian pada usaha-usaha untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan distribusi yang luas.

c. Konsep produk

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik dalam hal ini, organisasi berorientasi produk memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya.

¹¹ *Ibid.*, h.97.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Konsep menjual/penjualan

Pandangan ini mengasumsikan bahwa pelanggan yang berhasil dibujuk untuk melakukan pembelian suatu produk akan menyukainya dan jika mereka tidak menyukainya, mereka tidak akan menjelekkan atau mengajukan keluhan pada organisasi konsumen.

e. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menganut pandangan dari luar ke dalam. Ia memulai dengan pasar yang didefinisikan dengan baik, harus mencari inovasi, memadukan semua kegiatan yang akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui pemusatan pelanggan.

f. Konsep pemasaran berwawasan sosial

Dalam konsep pemasaran berwawasan sosial ini yang perlu diperhatikan adalah lingkungan sosial dan lingkungan budaya, yaitu sebuah organisasi harus mempertimbangkan bagaimana pelanggan akan bereaksi terhadap aktivitas- aktivitas pemasaran berdasarkan kaidah-kaidah sosial dan budaya.¹²

3. Faktor-faktor dalam Sistem Pemasaran

Dalam sistem pemasaran terdapat beberapa faktor yang saling mempengaruhi tergantung satu sama lain.

- a. Organisasi dalam pemasaran,
- b. Sesuatu yang sedang dipasarkan,
- c. Pasar yang dituju,

¹² Agung Permana Budi, 2013, *Manajemen Marketing Perhotelan*, Yogyakarta:ANDI, h.9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Para perantara (pedagang, agen),
- e. Faktor lingkungan dapat berupa demografi, kondisi perekonomian, factor social dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukun, teknologi.¹³

Menurut Kotler dan Keller (dalam Reny Maulidia R) pemasaran terbagi atas 10 jenis entitas, yaitu :

- a. Barang, yaitu barang-barang yang berbentuk fisik dan merupakan bagian terbesar dari produksi dan usaha pemasaran kebanyakan negara.
- b. Jasa, yaitu ketika suatu negara perekonomiannya semakin maju, maka proporsi kegiatan yang ada terfokus pada produksi jasa. Banyak produksi untuk pasar yang mengalami bauran antara barang dan jasa.
- c. Pengayaan pengalaman, yaitu dengan memadukan antara beberapa produk barang dan jasa, perusahaan dapat menciptakan, mempergelarkan dan memasarkan pengayaan pengalaman.
- d. Peristiwa, yaitu ketika pemasar dapat tanggap akan kebutuhan konsumen untuk mempromosikan suatu peristiwa yang berkaitan dengan berupa ulang tahun, pameran dagang atau pementasan.
- e. Orang, yaitu perusahaan/individu yang bergerak di bidang

¹³ Mursid M. 2015. *Manajemen pemasaran*. (Jakarta: PT. Bumi Aksara) h.8.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- konsultan manajemen dan menjadi Humas (PR) dari konsumen itu.
- f. Tempat, yaitu ketika sebuah perusahaan/ negara tanggap akan potensi yang ada, dan berusaha mengembangkan sehingga potensi yang ada menjadi sumber pemasukan bagi perusahaan atau negara tersebut. Para pemasar yang bergerak di bidang ini mencakup spesialis di bidang pengembangan ekonomi, agen real estate dan pariwisata.
 - g. Properti, yaitu hak kepemilikan tak berwujud baik itu berupa benda nyata atau financial. Properti diperjual belikan, dan menyebabkan timbulnya pemasaran.
 - h. Organisasi, yaitu bagaimana organisasi dapat secara aktif berusaha untuk membangun citra kuat pada masyarakat, guna lebih memenangkan persaingan yang ada. Hal ini membutuhkan pemasar yang tanggap terhadap apa dan bagaimana membentuk citra publik atas barang dan jasa yang dipasarkan.
 - i. Informasi, yaitu sesuatu yang dapat di produksi dan dipasarkan sebagai suatu produk. Pada hakikatnya, informasi merupakan sesuatu yang di produksi dan di distribusikan serta dapat di nikmati.
 - j. Gagasan, yaitu setiap penawaran pasar mencakup inti dari suatu gagasan dasar dari pemasar, yang berusaha mencari apa yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi kebutuhan yang bisa dipenuhi.¹⁴

Penentuan sasaran perusahaan dalam memasarkan produknya sangat penting untuk diketahui, sehingga dapat disusun target yang akan dicapai melalui berbagai strategi pemasaran yang diterapkan nantinya. Jika tujuan perusahaan sudah diketahui, maka dapatlah disusun strategi pemasaran yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi inipun dapat bersifat jangka pendek, menengah maupun untuk jangka panjang sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah sebuah proses sosial yang bertumpu pada pemenuhan kebutuhan individu dan kelompok dengan menciptakan pertukaran sehingga memberikan kepuasan yang maksimal.

4. Strategi Pemasaran

a. Strategi Bauran Pemasaran (7P dalam Layanan)

Dalam konteks pemasaran jasa, termasuk layanan keuangan seperti bank mini syariah, strategi pemasaran menggunakan konsep 7P sangat relevan. Ketujuh elemen tersebut adalah:

1) Product (Produk)

Jenis layanan keuangan syariah yang ditawarkan, seperti tabungan, simpanan, atau layanan transaksi.

¹⁴ Maulidia Reny R. 2012. Skripsi tentang *Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.h.15.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Price (Harga)

Biaya administrasi, margin pembiayaan, dan lainnya yang bersifat kompetitif.

3) Place (Tempat)

Lokasi dan aksesibilitas bank mini di lingkungan kampus.

4) Promotion (Promosi)

Upaya memperkenalkan layanan melalui brosur, media sosial, event kampus, dll.

5) People (Orang)

Karyawan/petugas bank mini, termasuk mahasiswa yang melayani langsung.

6) Process (Proses)

Prosedur pelayanan transaksi yang cepat dan mudah dipahami mahasiswa.

7) Physical Evidence (Bukti Fisik)

Tampilan fisik kantor, form, ATM mini, dan alat peraga lainnya.¹⁵

Strategi 7P ini bisa dilakukan melalui seminar, workshop, kelas literasi keuangan syariah, dan penyebaran konten edukatif di media kampus.¹⁶

b. Pendekatan Komunitas (Community-Based Marketing)

Strategi ini menekankan pada keterlibatan langsung dalam

¹⁵ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.

¹⁶ Nugroho, Y., & Hudaefi, F. A. (2020). "Marketing Strategy in Islamic Microfinance: A Case Study of BMT in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1421.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunitas target, dalam hal ini mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum. Bank mini bisa berkolaborasi dengan organisasi mahasiswa, BEM, UKM, atau komunitas keagamaan di kampus untuk membangun loyalitas dan kepercayaan. Pendekatan ini juga dapat menciptakan rasa memiliki dari mahasiswa terhadap bank mini syariah.¹⁷

1) Digital Marketing Kampus

Digital marketing sangat efektif untuk menjangkau mahasiswa. Strategi ini meliputi:

- a) Pembuatan akun media sosial resmi bank mini syariah
- b) Konten rutin tentang produk dan edukasi syariah
- c) Penggunaan influencer kampus atau dosen pembimbing
- d) Broadcast informasi promosi melalui grup WhatsApp mahasiswa

Pemasaran digital di lingkungan kampus lebih murah, cepat, dan tepat sasaran karena mayoritas mahasiswa aktif menggunakan media digital.¹⁸

C Laboratorium Bank Mini Syariah

1. Pengertian Laboratorium Bank Mini Syariah

Laboratorium bank mini syariah merupakan fasilitas pendidikan yang dirancang menyerupai operasional lembaga keuangan syariah skala

¹⁷ Hassan, A., Chachi, A., & Latiff, S. A. (2008). "Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry." *Islamic Economic Studies*, 15(1), 47–78.

¹⁸ Rahman, A., & Wulandari, P. (2021). "Digital Marketing Strategy to Increase Market Share of Islamic Banking in Indonesia." *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 13(2), 215–224.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecil yang disediakan oleh institusi pendidikan, khususnya program studi perbankan syariah. Tujuan utamanya adalah memberikan pengalaman praktik perbankan syariah kepada mahasiswa, baik dari aspek operasional, pelayanan, hingga pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas keuangan.

Laboratorium ini biasanya dilengkapi dengan sistem dan prosedur yang menyerupai bank syariah sesungguhnya, seperti layanan pembukaan rekening, simulasi produk pembiayaan dan tabungan, pencatatan transaksi, serta pelatihan pelayanan nasabah. Mahasiswa bertindak sebagai teller, customer service, maupun analis pembiayaan, sehingga mereka terbiasa dengan dunia kerja di sektor keuangan syariah.¹⁹

2. Fungsi Dan Peran Laboratorium Bank Mini Syariah

Laboratorium bank mini syariah memiliki peran strategis sebagai sarana pendidikan praktis yang mendukung capaian pembelajaran lulusan (CPL) dalam kurikulum program studi perbankan syariah. Fungsi utamanya antara lain:

- a. Sebagai sarana praktikum: Laboratorium memungkinkan mahasiswa untuk melakukan simulasi langsung berbagai aktivitas perbankan, mulai dari pelayanan front office hingga analisis pembiayaan.
- b. Sebagai media pembelajaran terintegrasi: Pembelajaran tidak hanya dilakukan secara teoritis, tetapi juga melalui praktik nyata yang mendekati realita operasional bank syariah.

¹⁹ Afandi, A. Pendidikan dan Pelatihan Praktik Perbankan Syariah: Konsep dan Implementasi. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019), h.87.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Sebagai wahana pengembangan soft skills: Mahasiswa juga dilatih dalam keterampilan komunikasi, etika kerja, pelayanan nasabah, serta kepemimpinan.
- d. Sebagai pusat pengembangan inovasi keuangan syariah: Laboratorium bisa menjadi tempat eksperimen produk dan layanan syariah berbasis kebutuhan masyarakat kampus dan sekitarnya.

Menurut Munir dan Asfiah, keberadaan laboratorium bank mini syariah dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap sistem ekonomi Islam secara lebih aplikatif dan menjadi jembatan antara dunia akademik dan industri keuangan syariah.²⁰

3. Manfaat Laboratorium Bank Mini Syariah

Pemanfaatan laboratorium bank mini syariah memberikan banyak manfaat, baik untuk mahasiswa, dosen, maupun institusi. Beberapa di antaranya adalah:

- a. Meningkatkan kompetensi lulusan: Mahasiswa lebih siap kerja karena terbiasa dengan lingkungan dan sistem kerja perbankan syariah.
- b. Meningkatkan daya saing perguruan tinggi: Lembaga pendidikan yang menyediakan laboratorium ini menunjukkan komitmen terhadap kualitas lulusan yang berbasis keterampilan.
- c. Mendukung kegiatan pengabdian masyarakat: Laboratorium juga dapat menjadi sarana edukasi literasi keuangan syariah bagi masyarakat sekitar kampus.

²⁰ Munir, A. R., & Asfiah, N., "Peran Laboratorium Mini Bank Syariah dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 7, No. 9 (2020)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan oleh Salim, Wardani, dan Nurfadilla menyebutkan bahwa laboratorium bank mini syariah terbukti mampu membentuk keterampilan teknis dan etika kerja mahasiswa, serta menjadi faktor pendukung dalam kesiapan menghadapi dunia kerja.²¹

4. Tantangan Pengelolaan Laboratorium Bank Mini Syariah

Meskipun memiliki banyak kelebihan, pengelolaan laboratorium bank mini syariah tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti:

- a. Keterbatasan dana operasional untuk pengembangan sistem dan pelatihan.
- b. Ketersediaan SDM yang kompeten dalam mengelola laboratorium.
- c. Keterbatasan software dan simulasi yang representatif terhadap bank syariah sesungguhnya.
- d. Kurangnya integrasi dengan mitra industri, seperti bank syariah yang sudah beroperasi.

Untuk itu, dibutuhkan kolaborasi yang erat antara perguruan tinggi dengan lembaga keuangan syariah, serta dukungan dari pemerintah dan asosiasi industri perbankan dalam pengembangan laboratorium ini.²²

D Bank Syariah

1. Pengertian dan Dasar Hukum Bank Syariah

²¹ Salim, M., Wardani, S. N., & Nurfadilla, D., "Efektivitas Laboratorium Mini Bank Syariah sebagai Sarana Praktik Mahasiswa Perbankan Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 3 (2021).

²² Husni, M. Manajemen Laboratorium Pendidikan Keuangan Syariah. (Yogyakarta: Deepublish, 2021), h.66.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip Islam, dengan menghindari praktik riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (spekulasi). Fungsi utama bank syariah adalah sebagai perantara keuangan yang menyalurkan dana dari masyarakat kepada sektor-sektor produktif melalui akad yang sesuai dengan hukum Islam, seperti mudharabah (bagi hasil), musyarakah (kemitraan), murabahah (jual beli dengan margin keuntungan), dan ijarah (sewa).²³

Di Indonesia, keberadaan bank syariah memiliki dasar hukum yang kuat, yaitu Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Dalam undang-undang ini diatur prinsip operasional, struktur kelembagaan, peran Dewan Pengawas Syariah (DPS), serta mekanisme pengawasan agar kegiatan bank syariah berjalan sesuai dengan syariat.²⁴

2. Prinsip Operasional Bank Syariah

Salah satu prinsip utama dalam bank syariah adalah sistem bagi hasil (profit and loss sharing). Dalam prinsip ini, keuntungan dan kerugian ditanggung bersama antara pemilik modal dan pengelola usaha, sesuai dengan kesepakatan yang ditentukan dalam akad.²⁵ Pendekatan ini menciptakan hubungan kemitraan yang adil dan saling menguntungkan antara pihak bank dan nasabah.

Produk bank syariah dibagi ke dalam tiga kelompok besar, yaitu:

²³ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.89.

²⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

²⁵ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h.89.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Produk penghimpunan dana, seperti giro dengan akad wadiah, tabungan dan deposito dengan akad mudharabah;
- b. Produk penyaluran dana, seperti pembiayaan mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, dan istishna’;
- c. Produk jasa keuangan, seperti wakalah (perwakilan), kafalah (jaminan), dan rahn (gadai).²⁶

Setiap produk harus melewati proses peninjauan oleh Dewan Pengawas Syariah untuk memastikan tidak bertentangan dengan ketentuan fiqh muamalah.²⁷

3. Peran Bank Syariah dalam Perekonomian

Bank syariah memiliki kontribusi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkeadilan. Sistemnya yang berbasis nilai dan mengedepankan kemitraan menjadikannya sebagai solusi keuangan bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang selama ini kurang terjangkau oleh bank konvensional.²⁸ Selain itu, karena tidak terlibat dalam transaksi berbasis bunga dan spekulasi, bank syariah dinilai lebih tahan terhadap krisis keuangan global.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa bank syariah dapat mendorong inklusi keuangan, memperluas akses masyarakat terhadap layanan perbankan, serta memperkuat stabilitas keuangan nasional. Tidak hanya berperan dalam aspek ekonomi, bank syariah juga memiliki misi

²⁶ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h.135.

²⁷ *Ibid.*, h.138.

²⁸ Nadratuzzaman Hosen, “Peran Bank Syariah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional,” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. 8 No. 1 (2017): h.22–23.

sosial dengan menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah.²⁹

Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian & Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Salim, Wardani, dan Nurfadilla (2021), Judul : Efektivitas Laboratorium Mini Bank Syariah sebagai Sarana Praktik Mahasiswa Perbankan Syariah ³⁰	Laboratorium Bank Mini Syariah terbukti efektif sebagai sarana praktik pembelajaran yang mampu membentuk keterampilan teknis dan etika kerja mahasiswa. Keberadaannya mendukung penguatan pembelajaran praktis, menjembatani teori dan realitas industri keuangan syariah serta memperkuat kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja	Sama-sama meneliti laboratorium bank mini syariah dan fokus pada mahasiswa sebagai objek utama penelitian	Penelitian terdahulu fokus pada efektivitas laboratorium sebagai sarana praktik pembelajaran & fokus pada strategi pemasaran laboratorium untuk meningkatkan transaksi mahasiswa.
2	Munir & Asfiah (2020), Judul : Peran Laboratorium Mini Bank Syariah dalam Meningkatkan	Laboratorium mini bank syariah berperan signifikan dalam meningkatkan	Membahas laboratorium bank mini syariah sebagai sarana	Penelitian terdahulu menyoroti peran laboratorium dalam membentuk

²⁹ Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, An Introduction to Islamic Finance: Theory and Practice (Singapore: Wiley, 2011), h.141.

³⁰ Salim, Wardani, dan Nurfadilla (2021), *Efektivitas Laboratorium Mini Bank Syariah sebagai Sarana Praktik Mahasiswa Perbankan Syariah*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<i>Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah</i> ³¹	kompetensi dan pemahaman aplikatif mahasiswa terhadap sistem ekonomi Islam. Penelitian ini menekankan bahwa laboratorium mampu menjadi media pengembangan keterampilan baik dari sisi operasional maupun dari sisi prinsip syariah, serta menjadi jembatan antara dunia akademik dan industri keuangan syariah	pendidikan dan Sama-sama membahas manfaat laboratorium terhadap mahasiswa	kompetensi mahasiswa dan membahas strategi pemasaran (7P, promosi edukatif, digital marketing kampus) dalam meningkatkan transaksi mahasiswa
3	Wadhan dan Fatati Nuryana (2019), Judul : Pengaruh Layanan Laboratorium Galeri Investasi terhadap Kepuasan Mahasiswa IAIN Madura dalam Bertransaksi di Pasar Modal Syariah ³²	Penelitian menunjukkan bahwa layanan laboratorium galeri investasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi di pasar modal syariah. Mahasiswa merasa lebih puas jika layanan	Fokus pada pengaruh layanan laboratorium terhadap aktivitas transaksi mahasiswa dan menilai persepsi mahasiswa terhadap layanan.	Penelitian terdahulu menggunakan laboratorium galeri investasi dan fokus pada kepuasan mahasiswa dan meneliti laboratorium bank mini syariah dengan pendekatan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume transaksi.

³¹ Munir & Asfiah (2020), *Peran Laboratorium Mini Bank Syariah dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah*

³² Wadhan dan Fatati Nuryana (2019), *Pengaruh Layanan Laboratorium Galeri Investasi terhadap Kepuasan Mahasiswa IAIN Madura dalam Bertransaksi di Pasar Modal Syariah*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		diberikan secara profesional, edukatif, dan sesuai ekspektasi mereka, terutama dalam hal akses informasi dan pelayanan interaktif		
4	Reskiyanur (2021), Judul : <i>Tinjauan Pengembangan Kualitas Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Kerja</i> ³³	Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan kualitas mahasiswa perbankan syariah harus ditopang oleh pendekatan pendidikan vokasional berbasis praktik. Laboratorium praktik menjadi instrumen utama dalam membentuk kesiapan mahasiswa menghadapi tantangan kerja nyata, sekaligus meningkatkan daya saing lulusan dalam sektor keuangan syariah	Sama-sama mengkaji upaya peningkatan kualitas mahasiswa perbankan syariah dan menggunakan pendekatan pendidikan vokasional berbasis praktik.	Penelitian terdahulu fokus pada pengembangan kualitas SDM mahasiswa dalam aspek kesiapan kerja dan okus pada strategi pemasaran lembaga (labor bank mini) untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam transaksi riil.

Sumber : Kumpulan beberapa skripsi dan laporan akhir

³³ Reskiyanur (2021), *Tinjauan Pengembangan Kualitas Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Menghadapi Persaingan Kerja*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial, budaya, atau perilaku manusia secara mendalam dengan menggunakan data deskriptif (bukan angka) seperti teks, video, atau audio³⁴. Penelitian ini fokus pada pemahaman makna, pengalaman, dan perspektif individu atau kelompok dalam konteks tertentu, bukan pada pengukuran dan analisis statistik.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Laboratorium Bank Mini Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau. Lokasi ini dipilih karena laboratorium tersebut digunakan sebagai tempat praktik bagi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah dalam memahami sistem perbankan syariah secara langsung.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek

Subjek merupakan individu atau pihak yang berperan sebagai informan atau narasumber dalam menyediakan data untuk penelitian.³⁵

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 9.

³⁵ Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), h.45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun yang menjadi subjeknya adalah Program Studi Perbankan Syariah yang telah menggunakan layanan Laboratorium Bank Mini Syariah.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu atribut, karakteristik, atau aspek tertentu dari orang, lembaga, atau aktivitas yang memiliki variasi dan ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji serta dianalisis secara mendalam.

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek adalah strategi pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah dalam upayanya untuk meningkatkan transaksi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.

D. Informan Penelitian

1. Pengertian Informan

Informan penelitian adalah seseorang yang memberikan informasi atau data mengenai suatu objek penelitian³⁶. Mereka biasanya dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan mendalam tentang masalah yang sedang diteliti dan bersedia berbagi informasi tersebut. Dalam penelitian kualitatif, informan menjadi sumber data utama karena mereka dapat memberikan perspektif yang kaya dan rinci tentang fenomena yang diteliti. Informan terdiri dari 11 orang, yang terbagi menjadi :

a. Informan Utama

Darnilawati, SE., M.Si.,

³⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 132.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Informan Pendukung

10 Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Syariah & Hukum
UIN Suska Riau

Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh peneliti atau pihak yang membutuhkan data tersebut.³⁷ Data diperoleh langsung dari mahasiswa melalui wawancara yang berhubungan dengan pengalaman mereka terhadap layanan laboratorium.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang telah tersedia. Dalam penelitian ini, data sekunder mencakup buku, internet, jurnal penelitian sebelumnya, dan sumber lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Yaitu melakukan observasi langsung di lapangan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kegiatan yang diteliti, seperti mengamati kondisi fasilitas laboratorium, sistem pelayanan, serta interaksi antara mahasiswa dan tenaga pengelola.

³⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, 2 ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h.19.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan subjek atau responden. Dalam proses wawancara, biasanya terjadi sesi tanya jawab yang terstruktur dan dilakukan secara sistematis sesuai dengan tujuan penelitian.³⁸ Wawancara dilaksanakan kepada mahasiswa terkait pengalaman mereka dalam menggunakan layanan laboratorium serta kendala yang mereka hadapi.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data berupa surat, catatan harian, arsip foto, jurnal kegiatan dan sebagainya.

G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam dan sistematis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Laboratorium Bank Mini Syariah dalam upayanya meningkatkan transaksi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau. Data diperoleh melalui wawancara kepada beberapa informan, antara lain pengelola Laboratorium Bank Mini Syariah,

³⁸ endang widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D* (Jakarta: Bina Aksara, 2018), h.65.

dosen, serta mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum sebagai pengguna layanan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran Laboratorium Bank Mini Syariah untuk meningkatkan transaksi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Laboratorium Bank Mini Syariah menggunakan pendekatan bauran pemasaran jasa (7P), yaitu Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. Dari segi *product*, layanan yang disediakan meliputi setor tunai, tarik tunai, dan simulasi transaksi yang sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Pada aspek *price*, biaya administrasi tergolong rendah dan terjangkau, seperti Rp 3.000 per transaksi. Untuk *place*, lokasi Bank Mini yang strategis di lingkungan kampus memudahkan akses bagi mahasiswa. Dalam hal *promotion*, promosi dilakukan melalui sosialisasi kelas, brosur, pelatihan, dan seminar, namun masih kurang optimal, terutama dalam pemanfaatan media sosial. Aspek *people* mencerminkan peran mahasiswa sebagai petugas piket yang telah memberikan pelayanan ramah dan baik, meskipun kehadiran mereka belum konsisten. Dari sisi *process*, proses transaksi berjalan relatif mudah dan cepat, tetapi sosialisasi alur pelayanan masih kurang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terakhir, pada aspek *physical evidence*, fasilitas laboratorium sudah representatif, namun tampilan fisik dan informasi visual masih perlu ditingkatkan. Tanggapan mahasiswa terhadap promosi menunjukkan bahwa sebagian besar menganggap strategi promosi saat ini masih belum menarik dan kurang menjangkau semua mahasiswa. Promosi cenderung bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Motivasi mahasiswa menggunakan layanan laboratorium didasari oleh keinginan untuk memperoleh pengalaman praktik langsung di dunia perbankan syariah, lokasi yang dekat, dan relevansi dengan program studi mereka.

2. Laboratorium Bank Mini Syariah masih menghadapi beberapa kendala dalam operasionalnya. Beberapa di antaranya adalah kurangnya kedisiplinan mahasiswa yang bertugas piket, yang berdampak pada konsistensi pelayanan. Selain itu, sering terjadi gangguan jaringan internet, khususnya dalam pengoperasian mesin EDC, yang menghambat kelancaran transaksi. Ketiadaan tenaga pengawas tetap atau laboran juga menjadi masalah, karena tidak adanya pengawasan langsung yang dapat memastikan jalannya kegiatan secara optimal. Di sisi lain, minimnya dukungan dana operasional dan promosi dari pihak kampus turut menghambat pengembangan layanan dan strategi pemasaran. Terakhir, rendahnya partisipasi mahasiswa dalam proses evaluasi layanan membuat perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan menjadi kurang maksimal. Upaya yang telah dilakukan

pengelola meliputi koordinasi dengan dosen pengampu, pengajuan fasilitas ke fakultas, kemitraan dengan pihak eksternal seperti BSI, serta pengadaan komputer. Ini mencerminkan adanya komitmen untuk meningkatkan mutu layanan meskipun masih terdapat keterbatasan sumber daya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan promosi digital: Laboratorium disarankan untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Konten promosi bisa berupa video pendek edukatif, testimoni mahasiswa, dan informasi layanan yang dikemas menarik serta sesuai dengan kebiasaan digital mahasiswa.
2. Program loyalitas mahasiswa: Laboratorium dapat menerapkan sistem penghargaan atau reward bagi mahasiswa yang aktif bertransaksi, misalnya pemberian merchandise, diskon biaya administrasi, atau program loyalti berbasis poin.
3. Pengadaan tenaga pengawas tetap (laboran): Diperlukan tenaga profesional yang dapat mengawasi operasional harian, membina mahasiswa piket, dan memastikan kelancaran pelayanan.
4. Pelatihan rutin bagi mahasiswa piket: Agar pelayanan tetap optimal, mahasiswa yang bertugas harus diberikan pelatihan rutin dan evaluasi berkala mengenai standar layanan dan sistem transaksi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Perluasan jangkauan promosi: Sosialisasi sebaiknya tidak terbatas pada Fakultas Syariah dan Hukum saja, melainkan juga menyasar fakultas lain di UIN Suska Riau yang memungkinkan untuk menggunakan layanan Laboratorium Bank Mini Syariah.
6. Perbaikan fasilitas dan tampilan laboratorium: Desain interior, informasi layanan, dan penempatan infografis prosedur transaksi perlu diperbarui agar lebih modern, menarik, dan mudah dipahami oleh mahasiswa.
7. Dukungan dana institusional: Pihak fakultas dan universitas diharapkan memberikan dukungan finansial lebih memadai untuk pengembangan promosi, pelatihan, serta operasional laboratorium secara berkelanjutan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Adiwarman A. Karim, Bank Islam: *Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Afandi, A. *Pendidikan dan Pelatihan Praktik Perbankan Syariah: Konsep dan Implementasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2019.
- Agung Permana Budi. *Manajemen Marketing Perhotelan*, Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Ari Setyaningrum dkk, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2015.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Endang Widi Winarni, *Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R&D*, Jakarta: Bina Aksara, 2018.
- Husni, M. *Manajemen Laboratorium Pendidikan Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Deepublish, 2021.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, 2 ed, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management*, 2016.
- M. Syafi'i Antonio, Bank Syariah: *Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Absolute Media, 2020.
- Mursid M. *Manajemen pemasaran*. Jakarta. PT. Bumi Aksara, 2015.
- Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung. PT. Refika Adetama, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2019.

Undang-undang No. 12 Tahun 2012. Tentang Pendidikan Tinggi

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

B. JURNAL

Achmad Yusron, “*Strategi Pemasaran : Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep dan Contoh*”, <https://rocketmanajemen.com/tujuan-strategi-pemasaran> (diakses pada 11 Januari 2019, pukul 14.00 WITA)

Hassan, A., Chachi, A., & Latiff, S. A. "Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry." *Islamic Economic Studies*, 15(1), 47–78, 2008.

Munir, A. R., & Asfiah, N., “*Peran Laboratorium Mini Bank Syariah dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah*,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 7, No. 9, 2020.

Nadrattuzaman Hosen, “*Peran Bank Syariah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional*,” *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, Vol. 8 No. 1, 2017.

Nugroho, Y., & Hudaefi, F. A. "Marketing Strategy in Islamic Microfinance: A Case Study of BMT in Indonesia." *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1421, 2020.

Rahman, A., & Wulandari, P. “Digital Marketing Strategy to Increase Market Share of Islamic Banking in Indonesia.” *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 13(2), 215–234, 2021.

Salim, M., Wardani, S. N., & Nurfadilla, D., “*Efektivitas Laboratorium Mini Bank Syariah sebagai Sarana Praktik Mahasiswa Perbankan Syariah*,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 3, 2021.

Zamir Iqbal dan Abbas Mirakhor, *An Introduction to Islamic Finance: Theory*

and Practice, Singapore: Wiley, 2011.

C. SKRIPSI

Dwi Fitriana. 2014. Skripsi tentang *Analisis Strategi Pemasaaran Perhotelan di Makassar (Studi Kasus di Grand Clarion & Convention)*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Maulidia Reny R. 2012. Skripsi tentang *Analisis Strategi Pemasaran pada PT. Koko Jaya Prima Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.

Munir & Asfiah. 2020. “*Peran Laboratorium Mini Bank Syariah dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah*”.

Reskiyanur. 2021. “*Tinjauan Pengembangan Kualitas Mahasiswa Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Kerja*” Institut Agama Islam Negeri Palopo.

Salim, Wardani, dan Nurfadilla. 2021. “*Efektivitas Laboratorium Mini Bank Syariah sebagai Sarana Praktik Mahasiswa Perbankan Syariah*”.

Wadhan Dan Fatati Nuryana. 2019. “*Pengaruh Layanan Laboratorium Galeri Investasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Madura Dalam Bertransaksi Di Pasar Modal Syariah*”, Institut Agama Islam Negeri Madura.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara

A. Untuk Pengelola Laboratorium Bank Mini Syariah:

1. Apa aja strategi pemasaran yang saat ini telah diterapkan oleh Laboratorium Bank Mini syariah?
2. Apa strategi yang paling efektif dalam menarik minat mahasiswa untuk bertransaksi?
3. Apa ide atau strategi baru yang bisa diterapkan untuk meningkatkan jumlah transaksi mahasiswa?
4. Bagaimana keterlibatan pihak fakultas dalam mendukung pemasaran Bank Mini Syariah?
5. Apakah pernah dilakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran yang sudah diterapkan?
6. Apa saja kendala utama yang dihadapi dalam memasarkan layanan Bank Mini Syariah?
7. Apakah ada kendala dari segi sumber daya manusia, promosi, atau teknologi?
8. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
9. Apakah ada dukungan dari kampus untuk membantu menyelesaikan kendala yang dihadapi?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Suska Riau (Sebagai Pengguna / Sasaran):

1. Apakah Anda mengetahui keberadaan Laboratorium Bank Mini Syariah di kampus?
2. Pernahkah Anda menggunakan layanan Bank Mini Syariah? Jika ya, bagaimana pengalaman Anda?
3. Apa alasan Anda menggunakan layanan tersebut?
4. Menurut Anda, apakah promosi Bank Mini Syariah sudah cukup menarik dan informatif?
5. Apa saran Anda agar mahasiswa lebih tertarik untuk bertransaksi di Bank Mini Syariah?

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi

1. Dilarang mengutip
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DOKUMENTASI

