

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA
PADA BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG
SIDOARJO**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesain
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Perbankan dan Keuangan

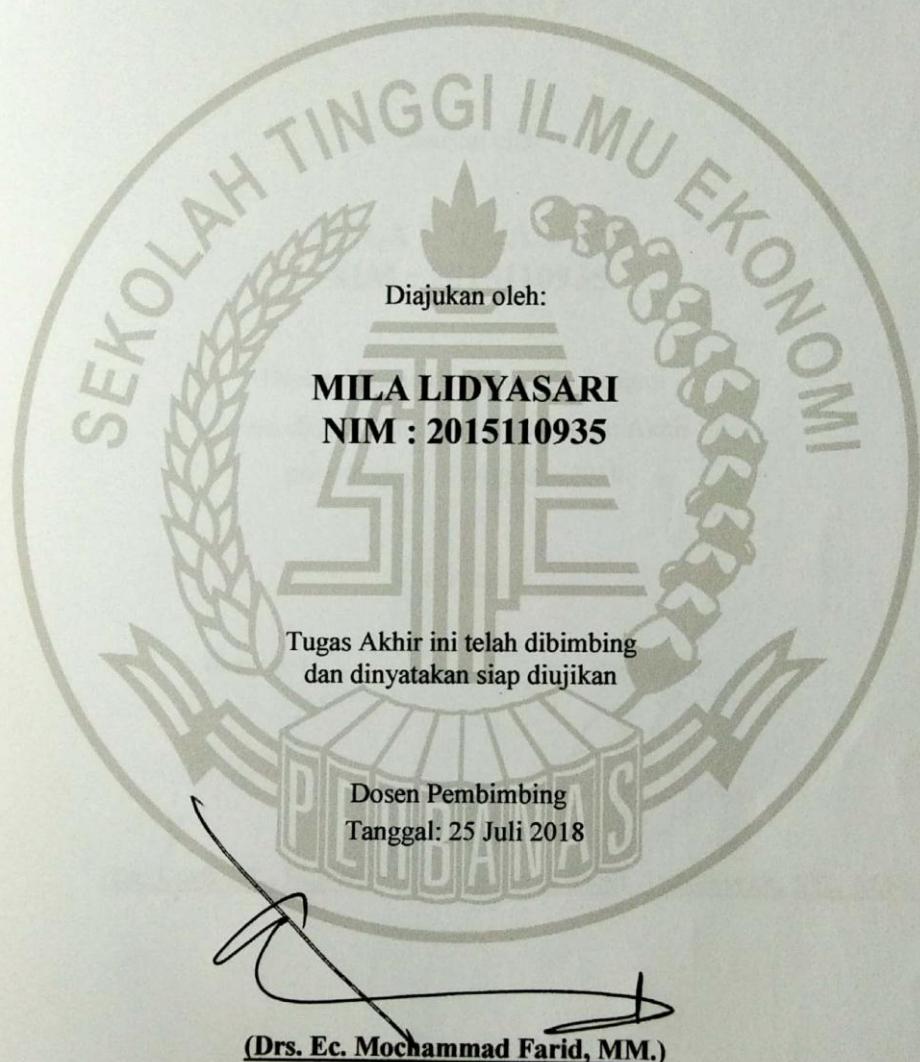


Oleh :

MILA LIDYASARI
NIM : 2015110935

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA
PADA BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG
SIDOARJO**



TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG SIDOARJO

Disusun oleh

MILA LIDYASARI
NIM : 2015110935

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tugas Akhir
pada tanggal 23 Agustus 2018

Tim Penguji

Penguji I

Penguji II



(Dr. Lutfi, SE., M.Fin)



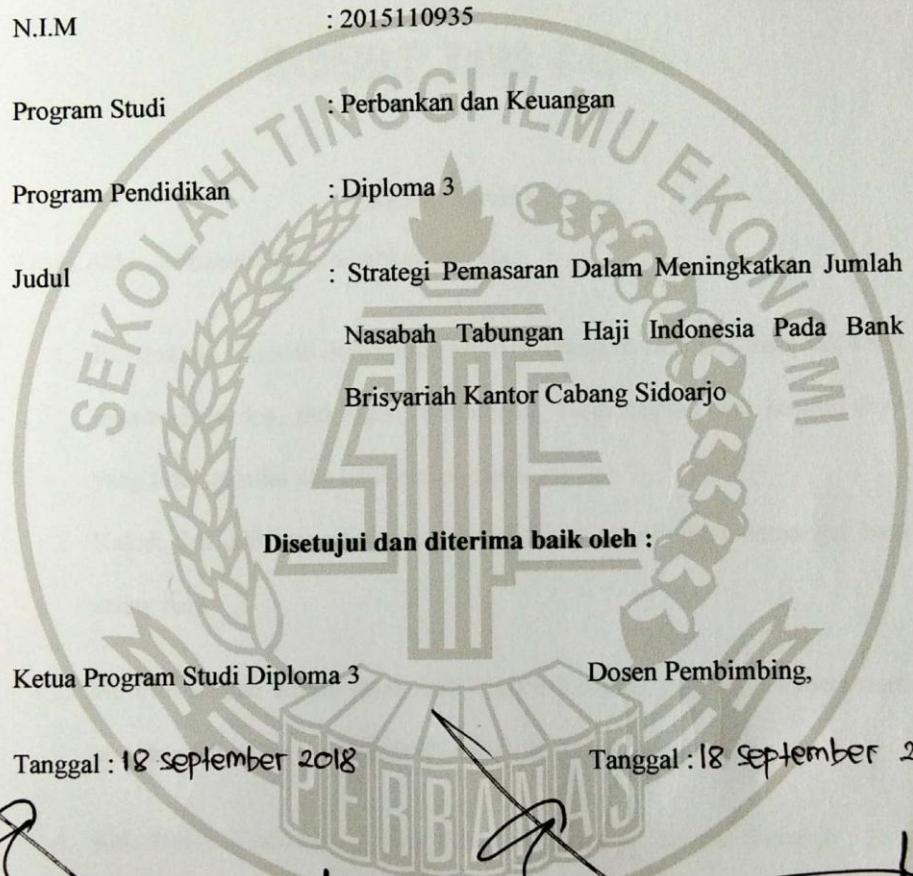
Rohmad Fuad Armansyah, SE., M.Si.

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nama : Mila Lidyasari
Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 15 Juni 1995
N.I.M : 2015110935
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Program Pendidikan : Diploma 3
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Brisyariah Kantor Cabang Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Diploma 3 Dosen Pembimbing,
Tanggal : 18 September 2018 Tanggal : 18 September 2018
(Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.) (Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.)



MOTTO

CONTOH YANG BAIK

Adalah

NASEHAT YANG BAIK

PERSEMBERAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibu Endang Ekowati dan Bapak Muklas, orang tua tercinta yang tak henti memberikan doa, dukungan, bimbingan, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak ternilai dan tidak terbalaskan.
2. Kakak dan adik yang tersayang yang selalu memberikan semangat baru setiap hari.
3. Bu Fitri bagian Kredit Bank BRI Kanca Sidoarjo yang sudah membantu mendapatkan data ke Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo.
4. Kak Fierly *Customer Service* Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo yang sudah membantu memberikan data yang dibutuhkan untuk penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Pembimbing terhebat Bapak Farid yang sudah dengan sabar membimbing dari awal hingga akhir serta menjadi korektor untuk Tugas Akhir ini.

6. Sahabat Karib tersayang “SARAP Gang Palem” yang selalu memberikan semangat yang sangat luar biasa kepada saya ketika capek, sedih, dan putus asa mereka adalah Vero, Windy, Hanun, Ayu, Indah dan Pupel.
7. Teman-teman seperjuangan Diploma Perbankan dan Keuangan angkatan 2015 , Munawaroh, Devi, Ayu, Feni, Vhelsa, Kusma dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan lancar dan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Perbankan dan Keuangan STIE Perbanas surabaya. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, maka disampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, SE.,M.fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Bapak Drs. EC. Mohammad Farid , MM selaku Ketua Program Studi Diploma III STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Drs. EC. Mohammad Farid , MM selaku Dosen Pendamping
4. Fierly Oktifauziah selaku *Customer Service* Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo yang sudah membantu dalam pengumpulan data untuk penelitian ini.

Dalam pengumpulan data dan penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, mohon maaf dan mengharap pembaca berkenan memberikan kritik dan saran untuk penyempurnaan di masa yang akan datang, serta harapan dari penulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMPBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Penjelasan Judul	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Metode Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Pengertian Perbankan	14
2.2 Jenis Bank	16
2.3 Pengertian Strategi Pemasaran	23
2.4 Konsep Pemasaran	24
2.5 Tinjauan tentang Tabungan	35
2.6 Tinjauan tentang Haji	36
2.7 Tinjauan tentang Tabungan Haji	39
BAB III GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN.....	40
3.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	40
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	42
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	43
3.4 Profil Usaha.....	44
BAB IV PEMBAHASAN.....	54
4.1 Syarat dan Ketentuan pembukaan Tabungan Haji	54
4.2 Fasilitas yang diperoleh bagi Nasabah Tabungan Haji	56
4.3 Sasaran pasar Produk Tabungan Haji	56
4.4 Prosedur Pembukaan produk Tabungan Haji	57
4.5 Prosedur pembiayaan Tabungan Haji	58
4.6 Persyaratan untuk Pengurusan Porsi ke Kemenag	59
4.7 Pelunasan untuk Tabungan Haji	59
4.8 Persyaratan Penutupan Rekening Tabungan Haji	60

4.9	Strategi Pemasaran Tabungan Haji BRISyariah	61
4.10	Hambatan dalam memasarkan Tabungan Haji	67
4.11	Cara mengatasi hambatan dalam memasarkan Tabungan Haji	68
BAB V PENUTUPAN		69
5.1	Kesimpulan	69
5.2	Saran	72
5.3	Implikasi penilitian	73

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3.1 : Struktur Organisasi Bank BRISyariah	43
--	----



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Data Jumlah Nasabah Baru Tabungan Haji	67



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Penelitian dari Bank
- Lampiran 2: Aplikasi Pembukaan Tabungan Haji BRISyariah iB
- Lampiran 3: Aplikasi Pembukaan CIF
- Lampiran 4: Surat Pernyataan NPWP
- Lampiran 5: Surat Pernyataan Pendaftaran Calon Jemaah Haji



STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK BRISYARIAH KANTOR
CABANG SIDOARJO

MILA LIDYASARI

NIM: 2015110935

milaLsari@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah Bank Syariah yang pada pelaksanaan operasionalnya menggunakan prinsip sistem bagi hasil dan menghindari sistem bunga. Bank BRISyariah dalam hal ini berperan dalam membantu masyarakat untuk memenuhi salah satu kewajibannya sebagai umat muslim yaitu menunaikan ibadah haji. Setiap Bank Syariah dalam menawarkan produknya pasti terjadi persaingan, sehingga perlu adanya strategi dalam memasarkan produknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo, selain itu untuk mengetahui metode promosi yang digunakan oleh Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitaif yang semua datanya diperoleh melalui observasi dan wawancara. Hasil dari penelitian di Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo membuktikan bahwa strategi pemasaran sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. Strategi-strategi yang dilakukan Bank BRISyariah terhadap produk Tabungan Haji diantaranya menciptakan branding yang mudah diingat dan dimengerti, serta melakukan penjualan dengan cara *door to door* serta datang langsung ke perkumpulan kelompok pengajian. Implementasi penelitian ini adalah Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo dapat mengingkatkan jumlah nasabah khususnya nasabah Tabungan Haji.

Kata Kunci : Startegi Pemasaran , jumlah Nasabah Tabungan

**MARKETING STRATEGY IN INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS
OF INDONESIAN HAJJ SAVINGS AT BANK BRISYARIAH SIDOARJO**

BRANCH OFFICE

MILA LIDYASARI

NIM: 2015110935

milaLsari@gmail.com

ABSTRACT

The background of this research is the Sharia Bank which is in operational implementation using the principle of profit sharing system and avoid the interest system. Bank BRISyariah plays a role in helping the community to fulfill one of its requirement as Muslims which is pilgrimage. Every Sharia Bank in offering its products must be competition, so they need a perfect strategy selling their products. The purpose of this study is to determine the marketing strategy by Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo, otherside to knowing the promotion method by Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. This research uses descriptive research with qualitative approach which all data obtained through observation and interview. The result of research at Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo proves that marketing strategy is very important to increasing the number of customers at Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. Strategies by Bank BRISyariah to Hajj savings products include creating a branding that is easy to remember and understand, as well as selling by door to door and come directly to the gathering group. The implementation of this research is Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo can increase the number of customers, especially Haji savings customers.

Keywords: Marketing Strategy, Number of Saving Customers