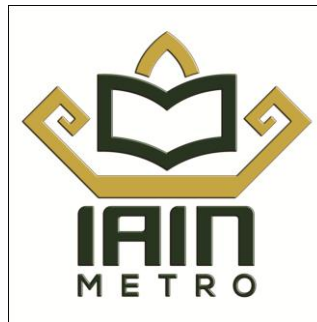


TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI PADA BANK
SYARIAH MANDIRI TULANG BAWANG**

Oleh:

**JEPRI SAPUTRA
NPM.1295298**



**Jurusan : DIII Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN METRO1438 H /2017 M**

STRATEGI TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH MANDIRI

TULANG BAWANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program D-III
Perbankan Syari'ah

Oleh:
Jepri Saputra
NPM. 1295298

Pembimbing I : Drs. A. Jamil, M. Sy
Pembimbing II : Drs. Dri Santoso, MH

Jurusan : DIII Perbankan Syari'ah (PBS)
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1438 H/2017 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI PADA
BANK SYARIAH MANDIRI TULANG BAWANG**

Nama : **Jepri Saputra**
NPM : 1295298
Jurusan : D-III Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

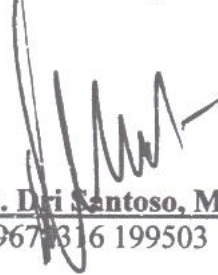
Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Drs. H. A. Jamil, M.Sy
NIP. 19590815 198903 1 004

Metro, Mei 2017
Pembimbing II



Drs. Dri Santoso, MH
NIP. 19670316 199503 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id


PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No. B-..400./In.28/FEBI/PP.00.9/..00../2017

Tugas Akhir dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH MANDIRI TULANG BAWANG, disusun oleh Nama: Jepri Saputra, NPM. 1295298, Program : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/15 Juni 2017, di Kampus II (E7.1.2).

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:


Ketua/Moderator : Drs. A. Jamil, M.Sy

()

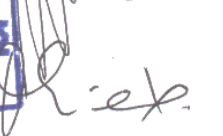
Penguji I : Suci Hayati, S.Ag., MSI

()

Penguji II : Drs. Dri Santoso, MH

()

Sekretaris : Diana Ambarwati, M.E.Sy

()

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

“STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH MANDIRI TULANG BAWANG”

**Oleh:
JEPRI SAPUTRA**

Era modern ini, persaingan pasar finansial semakin kompetitif terutama dalam dunia perbankan, dengan bermunculnya Bank-Bank Syariah, Bank Konvensional maupun Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Fakta ini juga menyiratkan bahwa pasar industri produk finansial sangat heterogen. Suatu bank perlu menemukan suatu pasar dimana mereka memiliki suatu keunggulan dalam bersaing. Bank kemudian dapat berkonsentrasi pada satu pasar tersebut dan meluncurkan program pemasaran yang dapat meluncurkan program pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan segmen yang spesifik tersebut. Dengan berkonsentrasi pada pemenuhan kebutuhan kelompok homogen dalam industri pasar yang heterogen, bank dapat meningkatkan keuntungan.

Dalam menghadapi persaingan pasar finansial Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang menerbitkan produk Tabungan Haji untuk memudahkan nasabah yang memiliki keinginan untuk menunaikan Ibadah Haji. Tabungan haji ini menggunakan akad wadiah untuk meningkatkan layanan kepada nasabah tabungan haji.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang terhadap produk tabungan Haji serta merumuskan strategi terbaik yang dapat diterapkan pada Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan kepada Syariah Funding Executive(SFE) di Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mengetahui struktur organisasi dan ruang lingkup Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang yang diperoleh dari kepala Bagian Personalia. Strategi pemasaran yang diterapkan pada produk Tabungan Haji adalah Pemasaran berbasis Hubungan dan didalamnya lebih menekankan pada edukasi berbasis spritual kepada masyarakat agar masyarakat lebih memahami kewajiban ibadah haji. Berdasarkan hasil penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang, strategi pemasaran yang diterapkan sudah baik. Hanya saja, akan lebih efektif apabila memanfaatkan teknologi dalam proses pemasarannya, seperti halnya sosial media yang saat ini hampir semua kalangan mengetahuinya.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Jepri Saputra

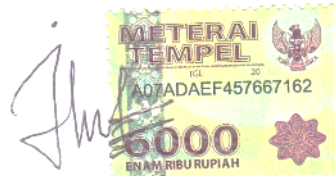
NPM : 1295298

Jurusan : Diploma Tiga Perbankan Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan Bahwa Tugas Ahir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro,
Yang menyatakan,



Jepri Saputra
NPM. 1295298

MOTTO

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ
إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ
عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
عَنِ الْعَالَمِينَ

“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.” (QS. Al-Imran: 97)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, saya persembahkan Tugas Akhir ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih saya yang tulus kepada :

1. Kepada Orang Tua tercinta Bapak Samidi dan Ibu Tuti yang telah memberikan dukungan yang tiada henti baik dari segi moral maupun material sehingga saya selalu optimis dalam menyelesaikan program pendidikan Diploma III Perbankan Syariah di STAIN Jurai Siwo Metro.
2. Exzy Murniati yang selalu menemani dan menyemangati saya.
3. keluarga yang selalu mendo'akan dan menyemangati saya.
4. Kepada teman-teman saya yang telah memberikan semangat kepada saya.
5. Almamater Kebanggaan ku IAIN Jurai Siwo Metro.

Terimakasih saya ucapkan atas keikhlasan dan ketulusannya dalam memberikan dukungan dan semangat, terimakasih untuk perjuangan dan pengorbanan kalian semua. Semoga kita semua termasuk orang-orang yang dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nyasehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang”.

Penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Diploma Tiga(D-III) Perbankan syari’ah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar A.md.

Dalam upaya penyelesaian Tugas Ahir ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Enizar, M.Ag.selaku Rektor IAIN Metro, Drs. A. Jamil, M. Sy selaku pembimbing akademik dan Drs. Dri Santoso, MH selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen/ Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Ucapan terikasih juga penulis haturkan kepada :

1. Seluruh dosen IAIN Metro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.
2. Bapak selaku Pimpinan Cabang, yang telah mengizinkan melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang.
3. Seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi.

4. Keluarga besarku dan Exzy Murniati yang telah memberikan do'a, dorongan, dan semangat untukku, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Ahir ini.
5. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran penulisan tugas ahir ini.

Kritik dan saran demi perbaikan Tugas Ahir ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam bagi para pembacanya.

Metro,
Peneliti

JEPRI SAPUTRA
NPM: 1295298

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metodologi Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan.....	11
BABII. LANDASAN TEORI	12
A. Strategi Pemasaran.....	12
1. Pengertian Strategi Pemasaran	12
2. Konsep Strategi Pemasaran.....	14
3. Macam-macam Strategi Pemasaran	17
B. Tabungan Haji.....	19
1. Pengertian Tabungan Haji.....	19
2. Landasan Al-Quran dan Hadist Terkait Ibadah Haji	20
C. Bank Syariah.....	21
1. Pengertian Bank Syariah	21
2. Fungsi Utama Bank Syariah.....	23
3. Jenis dan Kegiatan Bank Syariah.....	23

BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	25
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	25
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	25
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	26
4. Produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	27
B. Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	33
1. Strategi Pemasaran Tabungan Haji yang diterapkan Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	33
2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Haji	35
C. Analisa Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang	36
D. Kendala-kendala yang dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran	37
BAB IV. PENUTUP	39
A. Kesimpulan	39
B. Saran	40

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pembimbing Tugas Akhir

Lampiran 2. Surat Redaksi Judul

Lampiran 3. Surat Tugas

Lampiran 4. Surat Izin Research

Lampiran 5. Surat Konfirmasi Izin Riset/Penelitian

Lampiran 6. Alat Pengumpulan Data (APD)

Lampiran 7. Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 8. Kartu Bebas Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini, industri jasa keuangan tengah mengalami transformasi yang sangat cepat dan drastis. Dalam lingkungan yang seperti ini, pemasaran efektif yang memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan apakah organisasi akan bertahan, tumbuh dan berkembang kokoh atau justru menurun dan gagal dalam mempertahankan daya saing organisasi bank.

Para manajer pemasaran bisnis jasa yang sukses tidak hanya membutuhkan pemahaman konsep, teori, kerangka analitis dan alat-alat pemasaran tetapi juga penggunaan secara efektif. Pemenang dalam pasar jasa keuangan yang sangat kompetitif adalah organisasi yang pada akhirnya berhasil secara terus –menerus melakukan penyusunan strategi dan taktik yang inovatif untuk merespon kebutuhan, ekspektasi dan perilaku nasabah yang terus berubah.

Pemasaran salah satu yang menjadi poin penting untuk diperhatikan dalam kegiatan penjualan sebagai bagian dari bauran pemasaran adalah mengenai produk yang ditawarkan dan bagaimana promosi dilakukan.¹ Produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah tentu harus dibuat dan memperhatikan nilai kehalalan, bermutu bermanfaat dan kualitas yang ada memiliki nilai kemaslahatan. Secara umum maka dapat ditangkap produk dalam ekonomi

¹Abdulah Amrin. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), h. 60.

syariah haruslah memenuhi standarisasi mutu, berdaya guna, mudah dipakai, indah, dan memiliki daya tarik.

Persaingan antar bank semakin ketat ditandai dengan berdirinya bank-bank syari'ah dengan sistem pemasaran produk yang beragam. Salah satunya yaitu produk tabungan haji yang ditawarkan oleh bank-bank syari'ah, dengan keunggulan yang berbeda yang menyebabkan semakin banyak persaingan antarbank yang menyediakan produk tabungan haji. Setiap bank harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat nasabah dalam produk tabungan haji.

Tabungan haji ini merupakan produk yang disediakan oleh bank untuk membantu meringankan biaya nasabah yang akan melakukan ibadah haji dengan cara nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri. Karena di dalam Agama Islam, ibadah haji merupakan rukun islam yang kelima yang harus dijalankan bagi orang yang sudah mampu baik, fisik, maupun materiil. Oleh sebab itu bank syariah ini membuka peluang untuk memudahkan atau meringankan orang-orang yang akan melaksanakan ibadah haji.

Sangat kecil kemungkinannya bahwa kaum muslim tidak mengenal istilah kata haji sebagai salah satu rukun islam yang biasa diurutkan pada nomor terakhir.² Demikian, hanya sebagian kecil jumlah kaum mukmin yang memahami dan mendalami nilai-nilai spiritualistik dan manasik haji. Kewajiban melaksanakan ibadah ini adalah sekali seumur hidup baik muslim

²Muhammad DjarotSensa, *Haji Spiritual MaknaFilosofiEsetorisDalamPendakianRuhani*, (Bandung: Tafakur, 2004), hlm. 1

laki-laki maupun perempuan yang mempunyai kemampuan dari segi mental, finansial (keuangan), dan fisik. Artinya, setiap muslim yang telah dapat dibebani tanggung jawab (telah dewasa/mukalaf), dengan kekayaan yang cukup sehingga mampu mengadakan perjalanan pulang pergi ke makkah, yang mana fisiknya pun kuat, maka diwajibkan untuk melaksanakan rukun Islam ke lima itu sekali selama hidupnya. Adapun orang yang dikatakan mampu dilihat dari segi finansial ialah orang yang sanggup membiayai orang-orang yang menjadi tanggungannya yang harus ia tinggalkan, dan ia bebas dari hutang sampai ia kembali dari menjalankan ibadah haji tersebut.

Melakukan Ibadah Haji ini sangat diwajibkan bagi orang yang sudah mampu secara materiil dan fisik. Amir Syarifudin mengemukakan pada umumnya melakukan amal ibadah haji adalah kewajiban tetap dan berketerusan sepanjang umur dan pada khususnya bahwa ibadah haji dilakukan hanya sekali seumur hidup.³

Berdasarkan hasil riset yang peneliti lakukan di Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang dengan mewawancarai Bapak Ryan Ade selaku *Syariah Funding Executive* seharusnya minat nasabah dalam produk tabungan haji harus banyak yang meminati, karena di Indonesia mayoritas menganut Agama Islam dimana Haji merupakan rukun Islam yang ke lima, tetapi keadaan yang ada masih di level rendah minat nasabah dalam produk simpanan dana untuk

³Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*. Kencana. Jakarta Timur. 2003, h. 62

tabungan haji. Jadi inilah masalah yang dihadapi pihak Bank dimana masih kurangnya minat nasabah untuk tabungan haji.⁴

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi yang tepat untuk melakukan pemasaran pada produk tabungan haji yang akan ditawarkan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul tentang “Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Unit 2 Tulang Bawang”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu “Bagaimana Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank syariah Tulang Bawang?”

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak-pihak yang berkaitan yaitu:

a. Secara Teoritis

⁴Ryan Ade, Syariah Funding Executive Bank Syariah Mandiri Unit 2, wawancara 16 Mei 2017.

Secara teoritik dapat dijadikan sumbangan pemikiran bagi keilmuan serta wawasan khususnya berkaitan dengan strategi pemasaran tabungan haji.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca, praktisi Bank Syariah Mandiri (BSM) dan peneliti sendiri serta dalam praktek perbankan khususnya, mengenai strategi pemasaran tabungan haji.

D. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kancah kehidupan yang sebenarnya⁵. Penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi, Penelitian ini dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, metode deskriptif kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

⁵ KartonoKartini, *PengantarMetodologi Research Sosial*. (Bandung: Penerbit Alumni, 1980), H.27-28

berupa kata-kata atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati⁶. Penelitian kualitatif pada umumnya dilakukan dengan tujuan utama yaitu menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tepat. Jadi yang dimaksud dengan penelitian deskriptif kualitatif ini berupa keterangan-keterangan bukan berupa angka-angka hitungan. Jadi dapat diartikan hanya berupa keterangan-keterangan tentang Startegi Pemasaran Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

Sumardi Suryabrata menyatakan bahwa “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan (deskriptif) secara sistematis, faktual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian”.⁷ Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, sehingga peneliti dapat mengetahui secara langsung data hasil wawancara yang telah dilaksanakan serta mendapatkan bukti kebenaran dalam proses penelitian.

Penelitian deskriptif yang peneliti maksudkan adalah penelitian yang memberikan penjelasan mengenai Startegi Pemasaran Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

2. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian adalah subjek dari mana data di peroleh.⁸ Penelitian menempatkan sumber data sebagai subyek yang

⁶*Ibid*

⁷SumardiSuryabrata, *MetodologiPenelitian*, (Jakarta:Rajawali Press, 1991) CetKe IV,

⁸SuharimiArikunto, *ProsedurPenelitian*, (Jakarta: RinekaCipta, 2010), h. 172

memiliki kedudukan penting. Konsekuensi lebih lanjut dari posisi sumber data akan menentukan ketepatan data yang diperoleh.

Sumber data di dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Klasifikasi sumber data tersebut bermanfaat sebagai acuan untuk memilih data yang seharusnya menjadi prioritas dalam penelitian.

a. Sumber data primer adalah sumber awal dimana sebuah penelitian dihasilkan.⁹ Sumber awal yang dimaksud disini adalah dengan dilakukan wawancara kepada pihak Bank Syariah Mandiri Bapak Ryan Ade, yang terkait dengan Strategi Pemasaran Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang.

b. Sumber data sekunder adalah sumber kedua yang diperoleh dari bahan-bahan bacaan seperti buku, hasil penelitian, dan lain sebagainya.¹⁰

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.¹¹

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan langsung dengan mendekati para responden baik dengan melakukan *interview* (wawancara).¹² Pencatatan data

⁹Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press 2001), h. 129

¹⁰*Ibid.*

¹¹Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 9

¹²J. Supranto, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1981), h.10

dilakukan di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data dan harus dicatat apa adanya.

Pengumpulan data merupakan salah satu langkah awal yang harus ditempuh oleh seorang peneliti dalam sebuah penelitian. Pada hakikatnya penelitian adalah mengumpulkan data yang sesungguhnya secara objektif. Pengumpulan data penulis menggunakan beberapa teknik, antara lain:

a. Metode Interview/ Wawancara

Metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada para responden.¹³

Penelitian ini menggunakan wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden.¹⁴ Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Bapak Ryan Ade selaku *Syariah Funding Executive* mengenai Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

b. Metode Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau dokumen-dokumen baik berupa buku

¹³P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), cet 4, h.39.

¹⁴Deddy Mssulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), cet.7, h. 181.

harian, surat, dan referensi lainnya.¹⁵Dokumentasi dalam penelitian ini seperti dokumen-dokumen atau arsip-arsip, baik berupa sejarah Bank Syariah Mandiri, visi-misi, stuktur organisasi yang ada pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

4. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data merupakan upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data, menemukan pola, memilih-milihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan menemukan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.¹⁶Data yang peneliti peroleh dari Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang merupakan data kualitatif. Teknik analisis data yang peneliti gunakan pun adalah teknik analisis kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif.

Menurut Sutrisno Hadi, berfikir induktif berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkrit, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus kongkrit itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.¹⁷Tujuannya untuk menyederhanakan data yang telah terkumpul dan menyajikan dalam susunan yang baik sehingga dapat lebih mudah dipahami.

¹⁵Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,(Jakarta: Rajawali Press, 2000), h.102

¹⁶Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 248.

¹⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1984), cet 16, h.42.

Berdasarkan keterangan tersebut, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang diperoleh, data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi tentang Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang Lampung.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah sebagai susunan atau urutan dalam penulisan karya ilmiah supaya mudah dipahami oleh pembacanya. Pembahasan tugas akhir ini, dibagi kedalam empat bab dan pada setiap bab terdapat sub-sub bab. Oleh sebab itu, dalam penulisan tugas akhir ini peneliti menggunakan sistematika sebagai berikut:

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini memuat penjelasan yang bersifat umum, yaitu mengenai latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian. Kemudian pada bab ini juga dibahas mengenai metode penelitian dan sistematika pembahasan.

b. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini membahas tentang tinjauan teoritis mengenai informasi dari variabel-variabel yang diteliti, yang nantinya dijadikan sebagai landasan dari gagasan penulis.

c. Bab III Pembahasan

Pada bab ini akan memaparkan analisa dari data yang diperoleh dengan penjelasan deskriptif kualitatif.

d. Bab IV Penutup

Pada bab ini memuat kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari analisis data yang telah diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian strategi Pemasaran

Strategi menurut kamus Saku Oxford merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal, dan sebagainya, menuju posisi yang layak rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis dan sebagainya.¹⁸

Menurut Budiman dalam Uswatun Zambroni (2002) : Strategi adalah pola sasaran maksud dan tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu.

Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi.

Strategi merupakan sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Tidak hanya mencapai, akan tetapi strategi juga dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dilingkungan dimana organisasi menjalankan aktivitasnya.¹⁹

Berdasarkan pernyataan para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara sebagai tolak ukur untuk suatu perencanaan, dimana strategi

¹⁸Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h.358.

¹⁹Ernie dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.

hal utama untuk menentukan sesuatu yang akan kita lakukan. Dengan adanya strategi yang baik dan tepat akan dapat menghasilkan tujuan yang akan kita capai. Karena strategi merupakan alat untuk mengevaluasi agar tujuan yang kita targetkan akan tercapai.

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.²⁰

American Marketing Assosiatio (AMA) mendefinisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga, promosi distribusi ide-ide, barang-barang dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individu dan organisasional.²¹

Marketing adalah kegiatan pokok dari suatu perusahaan yang modern, dengan melayani seluruh kebutuhan manusia secara efektif.²² Sebagaimana definisi pemasaran diatas, definisi pemasaran adalah suatu proses pengenalan suatu produk yang dipasarkan kepada masyarakat dengan tujuan dan dalam upaya mencapai suatu target pemasaran untuk mengembangkan suatu perusahaan.

Peneliti menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan untuk memperkenalkan suatu produk kepada konsumen atau masyarakat dengan suatu tujuan untuk mencapai tingkat pemasaran yang lebih tinggi dan menarik minat konsumen agar dapat mencapai tujuan perusahaan secara maksimal. Pemasaran juga dapat menjadi alat untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat,

²⁰Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, 2002), h.5

²¹Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta:PT. Rhineka Cipta,2009), h.215

²²Suryadi Prawiro Sentoso, *Pengantar Bisnis Modern*, (Jakarta:Bumi Aksara, 2002), h.213

dimana dalam suatu perusahaan sangat penting sekali melakukan pemasaran untuk memperkenalkan produk yang mereka akan tawarkan.

Strategi Pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu pemasran.²³

Menurut Jumingan Strategi Pemasran merupakan kegiatan menganalisis pasar, dan menentukan kekuatan dan kelemahan usaha yang ada.²⁴

Peneliti menyimpulkan Strategi Pemasaran adalah langkah sebelum mengambil suatu keputusan dan untuk dijadikan tolak ukur suatu keputusan agar mencapai target yang diinginkan dan mencapai tujuan dengan maksimal.

2. Konsep Strategi Pemasaran

Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberi kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²⁵

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong konsep pemasran merupakan manajemen pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi

²³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 154

²⁴Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), h.72.

²⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 76

tergantung pada pengetahuan kebutuhan, keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada pesaing.²⁶

Konsep pemasaran dalam islam menerangkan bahwa dalam jual beli barang harus dipanjang dan ditunjukkan keistimewaan-keistimewaannya agar pihak lain tertarik untuk membelinya, inilah yang disebut dengan pemasaran.²⁷ Terdapat tiga konsep pemasaran yang bias digunakan oleh berbagai perusahaan. Kelima konsep tersebut antara lain:

a. Konsep produksi

Konsep produksi adalah suatu orientasi manajemen yang menganggap bahwa konsumen akan menyenangi produk-produk yang telah tersedia dan dapat dibeli. Hal-hal yang terkandung dalam konsep produksi ini adalah:

- 1) Konsumen terutama berminat terhadap produk-produk yang telah tersedia dengan harga yang rendah
- 2) Konsumen mengetahui harga dan merk saingan.
- 3) Konsumen tidak melihat atau menekankan pentingnya persaingan non harga di dalam kelas produk.
- 4) Tugas organisasi adalah untuk menjaga perbaikan efisiensi produk dan distribusi serta menekan biaya
- 5) Tugas masyarakat adalah untuk melayani pasar yang dituju dengan cara menghasilkan tidak hanya yang memuaskan keinginan tetapi juga dapat bermanfaat bagi masyarakat dalam jangka panjang.²⁸

²⁶Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.12.

²⁷Ali Muhammad Taufik, *Praktikum Manajemen Berbasis AL-Qur'an*, (Jakarta:Gema Insani,2004)h. 116

²⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, h. 70-74

b. Konsep produk

Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol.

c. Konsep penjualan

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.²⁹

Menurut pandangan Agama Islam, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarah proses penciptaan, penawaran dan perubahan.

Konsep pemasaran menurut Islam yaitu:

- 1) Perusahaan harus dapat menjamin produknya yaitu mutu bahan, mutu pengolahan, dan mutu penyajian;
- 2) Proses produksinya harus benar dan dilandasi pengetahuan yang cukup mengenai produknya;
- 3) Penjelasan mengenai sasaran dari produk yang dimiliki oleh perusahaan.³⁰

3. Macam-Macam Strategi Pemasaran

Ada beberapa macam-macam Strategi Pemasaran yang digunakan oleh perusahaan antara lain:³¹

a. Strategi pemasaran - Tidak membedakan

²⁹Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2002), h.146.

³⁰ Majalah Pengusaha Muslim, *Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, Dalam <http://Majalah.PengusahaMuslim.Com/Pemasarandalam-Perspektif+Islam>. 01 November 2012(Di Unduh Tanggal 23 Maret 2016 Pukul 19:26)

³¹ <http://www.strategi123.com> diunduh pada 2 desember 2016

Strategi pemasaran jenis ini, bank tidak membeda-bedakan nasabah berdasarkan suatu kriteria khusus, jadi bank memenuhi kebutuhan nasabah secara umum tanpa membeda-bedakan. Strategi pemasaran seperti ini bertujuan untuk melakukan penjualan produk secara massal. bank memfokuskan perhatiannya kepada seluruh kebutuhan nasabahnya. Keuntungan bagi bank dalam menggunakan strategi pemasaran ini ialah bank dapat mengefisienkan biaya dan kelemahannya ialah perusahaan akan mengalami persaingan sengit dengan dari perusahaan lainnya yang menggunakan strategi pemasaran seperti ini juga.

b. Strategi pemasaran yang membeda-bedakan

strategi ini, bank hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok nasabah tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Jadi memasarkan produk yang berbeda. Dengan perkataan lain, bank menawarkan berbagai variasi produk, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah dengan program pemasaran yang tersendiri diharapkan dapat dicapai tingkat pemasaran yang tertinggi .

B. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Pengertian tabungan menurut undang-undang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.³²

³²Kasmir, *dasar-dasar perbankan*, (jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2010), h. 84

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang diberikan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah.³³

Peneliti menyimpulkan Tabungan Haji merupakan simpanan untuk melakukan ibadah haji pada saat akan melakukan ibadah haji Dikemudian hari. Tabungan Haji merupakan alternatif untuk menabung agar bisa melaksanakan Ibadah Haji. Tabungan haji adalah salah satu produk yang sekarang banyak ditawarkan kepada masyarakat atau nasabah, baik bank konvensional maupun bank syariah kebanyakan memiliki produk tabungan haji yang merupakan simpanan uang yang nantinya akan digunakan untuk ongkos naik haji. Produk Tabungan Haji tentunya sudah tidak asing lagi, karena hampir selueruh bank menawarkan produk Tabungan Haji dengan keunggulan dan manfaat nya masing-masing, Nasabah yang telah menabung pada produk tabungan haji dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang ada pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang.

Berdasarkan undang-undang No.10 tahun 1998 tentang perubahan atas undang-undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah, yang dimaksud dengan tabungan menurut Adiwarmen Karim adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya..

Dari uraian tersebut, Tabungan haji yang dikelola oleh Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Produk Tabungan Haji

³³Adiwarmen A. Karim, *bank islam analisis fiqih dan keuangan*, (jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2010), h. 345

merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. Dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin.

2. Landasan Al-Quran dan Hadist Terkait Ibadah Haji

Haji adalah kewajiban setiap muslim dan muslimah terhadap Allah SWT apabila mampu melaksanakannya, firman Allah :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ
إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

“Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah; Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.” (QS. Al-Imran: 97).³⁴

Perintah melakukan Ibadah Haji tidak hanya disebutkan di dalam Al-Qur’an tetapi terdapat juga pada Hadist dimana, bagi orang yang telah memiliki kemampuan dan memenuhi persyaratan, wajib untuk segera melaksanakan Ibadah Haji, disebutkan di dalam HR. Ahmad dan dihasankan Oleh al-Albani dalam Irwaa-ulm Ghaliil No.990.

Rasulullah Saw Bersabda:

تَعَجَّلُوا إِلَى الْحَجِّ فَإِنَّ أَحَدَكُمْ لَا يَدْرِي مَا يَعْرِضُ لَهُ

Artinya : “Bersegeralah melaksanakan haji, karena sesungguhnya salah seorang diantara kamu tidak mengetahui apa yang akan merintanginya.” (HR. Ahmad dan dihasankan Oleh al-Albani dalam Irwaa-ulm Ghaliil No.990)

³⁴QS. Al-Imran: 97.

C. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Syariah merupakan bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. dan dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang operasional dan produknya berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.³⁵

Bank Syariah yang berasaskan kemitraan, keadilan transfarasi, dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah (bersumber dari Al-Quran, Hadist serta Ijma Ulama). Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan Karakteristik, yaitu ;

- a. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya ;
- b. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang(time value of money)
- c. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai alat komoditas
- d. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifatpekulatif ;
- e. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

Menurut Zainuddin Ali, Bank Syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum islam.³⁶

Bank Syariah beroperasi atas dasar konsep bagi hasil. Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan maupun

³⁵Beni Ahmad Saebani, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.15.

³⁶Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.1.

pembenanan bunga atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan.³⁷

Berdasarkan pernyataan diatas penulis menyimpulkan bahwa bank syariah merupakan suatu lembaga keuangan yang berprinsip syariah sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Dimana tidak ada unsur riba yang terkandung didalam operasional bank syariaiah.

2. Fungsi Utama Bank Syari'ah

Sebagai sebuah lembaga keuangan, pada Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan peraturanya, untuk menjadi lembaga intermediasi antara pemilik modal dan pengusaha. Untuk itu hadirnya bank syariah dianggap sangat mempunyai peranan penting dalam pergerakan pertumbuhan ekonomi. Fungsi utama bank syariah adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Dengan tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan kedilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Adapun pasal 4 ayat 1 UU bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.³⁸

3. Jenis dan Kegiatan Bank Syari'ah

³⁷ Slamet Wiyono, *Akutansi Perbankan Syariah*,(Jakarta:PT. Gramedia Widiasarana Indonesia,2005), h.75

³⁸Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Dan Mahkamah Syariah*(Jakarta: Kencana, 2009),h. 49

Bank Syariah digolongkan menjadi dua jenis, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 1 Ayat 7 Jo. Pasal 18 UU No. 21 Tahun 2008.³⁹

Adapun kegiatan Bank syariah menurut Ketentuan UU Perbankan Syariah sebagai berikut:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu Berdasarkan Akad Wadiah atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan atau bentuk lainnya dengan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah, musyarakah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d. Menyalurkan pembiayaan berdasar akad murabahaah, akad salam, istisna, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- e. Menyalurkan pembiayaan berdasar akad qardh atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- f. Dan melakukan kegiatan bank yang lazim dilakukan di bidang perbankan dan dibidang sosial sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.⁴⁰

³⁹*Ibid.* h.51

⁴⁰*Ibid.* h.65.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Profil Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang

1. Sejarah Berdirinya Bank Mandiri Syariah KCP Unit 2 Tulang Bawang

Bank syariah mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang pada tanggal 24 Desember 2010 yang beralamat di Jl. Lintas Timur No.24-25 Unit 2, Kampung Dwi Warga Tunggal Jaya, Kec Banjar Agung, Kab. Tulang Bawang, Lampung. Pada saat itu masih mempunyai staf/ pegawai sebanyak 7 orang yang dikepalai Bpk. Zakky Wijaya, beliau menjabat sebagai Kepala Cabang Pembantu pada Bank Syariah Mandiri Unit 2 selama ± 4 tahun. Kemudian jabatan kepemimpinan oleh Bpk. Zakky Wijaya digantikan oleh Bpk. Beny Sanjaya dan sampai saat ini Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 masih dipimpin oleh Bpk. Beny Sanjaya dan karyawan atau pegawai sekarang bertambah.⁴¹

2. Visi, Misi dan Tujuan Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang

a. VISI

Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia

b. MISI

1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.

⁴¹Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang, 16 Mei 2017

- 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- 3) Mengembangkan manajemen talenta dalam lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 5) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.⁴²

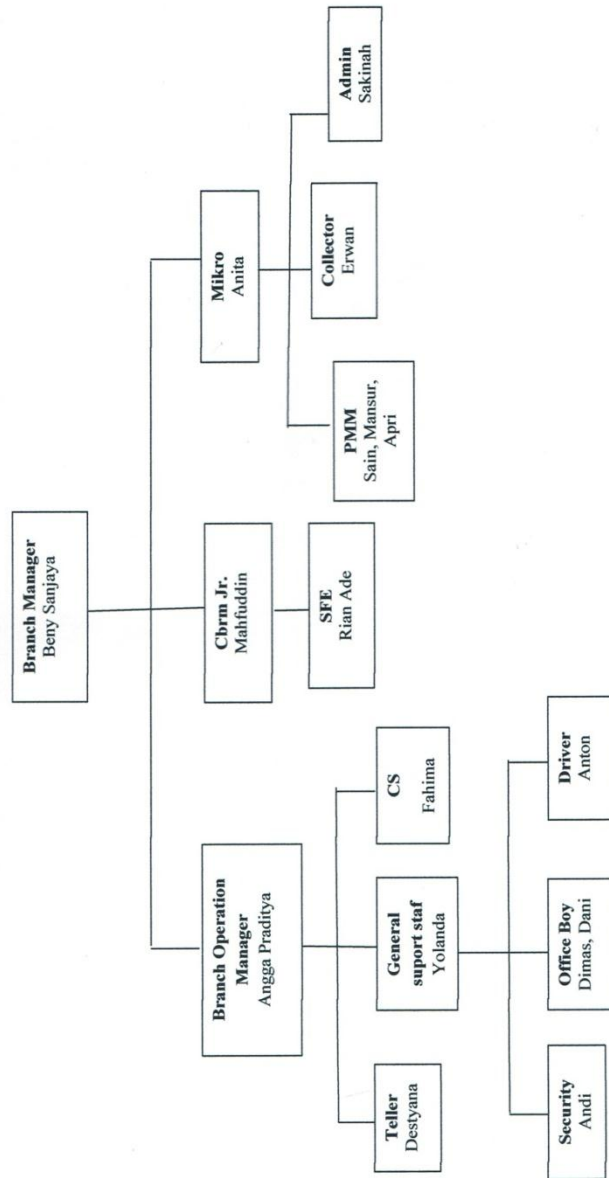
3. Struktur Organisasi Syariah Mandiri Unit 2 Tulang Bawang

Suatu organisasi merupakan salah satu wadah dimana terdapat sekumpulan orang-orang yang melakukan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Jadi, Struktur organisasi dapat di artikan sbagai kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan baik bidang-bidang kerja maupun orang-orang yang mwnunjukkan kedudukan dan peranan masing-masing dalam kerja sama.

Bank Syariah Mandiri Dalam menjalankan usahanya membagi peran serta masing-masing personalia dalam struktur yang jelas dan sistematis sesuai dengan tujuan masing-masing agar proses operasionalnya berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang dapat dikemukakan mengenai struktur organisasi sebagai berikut :

⁴²*Ibid.*

Gambar 1
 Struktur Organisasi
 Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang



Sumber: Dokumen Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang

Sumber: dokumentasi Bank Syariah Mandiri.⁴³

⁴³*Ibid.*

Berikut adalah tugas dari Masing-masing Bagian Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang :⁴⁴

1. Branch Manager:
 - a. Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional
 - b. Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan
 - c. Memonitor kegiatan operasional perusahaan
 - d. Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
 - e. Melakukan pengembangan kegiatan operasional
2. Teller
 - a. Melakukan transaksi penerimaan dan pengeluaran baik dalam rangka pembayaran, realisasi pembayaran, maupun pembayaran simpanan kepada anggota masyarakat atas persetujuan kabag dan manager.
 - b. Menerima penyetoran simpanan dan angsuran pembiayaan dan menghitung jumlah pembiayaan.
 - c. Mengelola kas fisik yang ada dan bertanggung jawab atas keamanan dan keberadaan jumlah uang yang dikelola.
 - d. Memegang kas awal dan administrasi uang kas yang bersangkutan.
3. CS(Costumer Service)
 - a. Sebagai penerima tamu yang datang di Bank.
 - b. Melayani pertanyaan yang diajukan Anggota dan memberikan informasi yang diinginkan selengkap mungkin.

⁴⁴Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang, 16 Mei 2017

- c. Melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan calon nasabah
 - d. Sebagai komunikator atau orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungan Bank dan Nasabah.
4. SFE (Syariah Funding Executive)
- a. Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri.
 - b. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri
5. Admin
- a. Mengendalikan surat masuk dan keluar.
 - b. Merasip surat masuk dan keluar.
 - c. Membantu pengolahan kas kecil.
6. Office Boy
- a. **Membersihkan dan merapikan meja, kursi, komputer dan perlengkapan lainnya.**
 - b. **Menyediakan minuman untuk karyawan maupun tamu.**
 - c. **Mengirim/mengambil dokumen antar Divisi/Bagian.**
 - d. **Melayani permintaan fotokopi/faksimili.**

- e. **Membelikan dan menyiapkan makan siang karyawan.(tidak wajib)**⁴⁵

4. Produk-produk Bank Syariah Mandiri Unit 2 Tulang Bawang

a. Produk Penghimpun Dana BSM.

1) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di BSM atau melalui ATM.

2) BSM Tabungan Haji / Mabrur

Tabungan dalam mata uang rupiah yang bertujuan membantu masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah tabungan mabrur atau haji ini dalam BSM dalam sistemnya yaitu berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthalaqoh*, tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi penyelenggaraan ibadah haji/umrah, setoran awal minimal 100.000,- , setoran selanjutnya minimal 100.000,- saldo minimal untuk didaftarkan Siskohat adalah 25.500.000 atau sesuai dengan ketentuan kementerian Agama dan biaya penutupan rekening karna batal 25.000,- Untuk syarat pembukaan tabungan Haji hanya KTP/SIM/Paspor Nasabah.

3) BSM Tabungan Investa Cendikia

⁴⁵*Ibid.*

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi

4) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

5) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

6) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersamaan oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

7) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan.

8) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.⁴⁶

b. Produk Pembiayaan BSM.

1) Pembiayaan *Mudharabah* BSM

Merupakan pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan oleh nasabah ditanggung oleh pihak bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi menurut nisbah yang disepakati.

2) Pembiayaan *Musyarakah* BSM

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

3) Pembiayaan *Murabahah* BSM

Merupakan pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan dijual kepada nasabah dengan sebesar harga pokok ditambah dengan *margin* keuntungan yang disepakati.⁴⁷

4) Pembiayaan Talangan Haji BSM

Merupakan pinjaman talangan haji dari bank kepada nasabah khusus menutupi kekurangannya untuk memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH (Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji).

⁴⁶Dokumentasi, produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang, 16 Mei 2017.

⁴⁷*Ibid.*

5) Pembiayaan *Istishna* BSM

Adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan barang (Obyek *Istishna*)

6) Pembiayaan dengan Skema IMBT (*Ijarah Muntahiya Bit Tamlik*)

Merupakan fasilitas pembiayaan dengan skema sewa atau suatu obyek sewa bank dengan nasabah dengan periode yang ditentukan yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan nasabah.

7) Pembiayaan *Mudharabah Muqayyadah Off Balance sheet*

Merupakan penyaluran dana *Mudharabah Muqayyadah* dimana bank bertindak sebagai agen sehingga bank tidak menanggung resiko.⁴⁸

8) BSM *Customer Network Financing*

Fasilitas pembiayaan modalkerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang menjain kerjasama dengan bank.

9) Pembiayaan Kepada Koperasi Karyawan Untuk Para Anggota (PKPA).

Adalah penyaluran dana pembiayaan koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan konsumtif para anggota yang mengajukan kepada koperasi karyawan.

10) BSM Warung Mikro

⁴⁸*Ibid.*

Yaitu pembiayaan bagi usaha mikro yang membutuhkan dana untuk pengembangan usaha produktif.

11) BSM Implan

Adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan/anggota kopkar yang pengajuannya dilakukan secara massal (kolektif).

12) Pembiayaan Umrah

Adalah pembiayaan yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umrah lainyadengan akad *Ijarah*.

13) Pembiayaan dengan Agunan Investasi Terkait Syariah Mandiri

Adalah pembiayaan dengan agunan berupa dana investasi dimana pemilik dana memberikan batasan kepada bank mengenai tempat, cara dan objek investasinya.⁴⁹

14) Pembiayaan Kepada Pensiun

Adalah penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen kepada para pensiunan, dengan anggaran dilakukan melalui pemotongan langsung uang pensiun yang diterima bank setiap bulan.

15) Pembiayaan Kepemilikan Emas BSM

Adalah pembiayaan yang mmberi kemudahan bagi masyarakat dalam memiliki emas batangan untuk investasi yang pembayarannya dapat

⁴⁹*Ibid.*

diangsur dalam jangka waktu minimal 2 tahun dan maksimal 5 tahun.⁵⁰

B. Strategi Pemasaran Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang

1. Strategi Pemasaran Tabungan Haji yang diterapkan pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang

Menurut Bapak Ade Ryan dari hasil wawancara Dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan haji, *marketing funding* BSM KCP Unit 2 Tulang Bawang melaksanakan beberapa strategi pemasaran. Antara lain:

a. Pemasaran Berbasis Hubungan

Pemasaran berbasis hubungan yaitu bagaimana bank melakukan pendekatan kepada nasabah terutama nasabah terutama nasabah potensial dengan cara lebih sering menjalin komunikasi seperti mempelajari kebiasaan nasabah menggunakan jasa finansial dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut. Pemasaran berbasis hubungan ini merupakan pemasaran secara langsung ditawarkan kepada nasabah, dengan menggunakan metode ini biasanya pihak bank menawarkan produk-produk bank kepada nasabah secara langsung yang sesuai kebutuhan nasaabah.

b. Pembukaan Stand (Outdoor)

⁵⁰*Ibid.*

Pembukaan stand ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk dengan menjangkau nasabah secara lebih luas dengan biaya per individu yang relatif lebih murah karena stand ini dibuka ditempat-tempat yang berbeda terutama apabila ada event tertentu seperti kegiatan seni, amal, sosial, keagamaan, olahraga dan peristiwa penting lainnya. Promosi pembukaan stand ini merupakan komponen dari bauran promosi periklanan.

c. Media Massa

Pemasaran melalui media massa dengan memasang berita positif perusahaan. Laporan keuangan dan memperkenalkan produk baru. agar memudahkan nasabah untuk mengetahui perkembangan bank, selain itu membangun dan menarik minat masyarakat dimanapun berada. Promosi media massa ini merupakan komponen dari bauran promosi periklanan.

d. Penyebaran Brosur

Dalam penyebaran brosur ini dapat melaksanakan kelima strategi pemasaran diatas sehingga akan mempermudah komunikasi kepada calon nasabah. Karena, calon nasabah tinggal memahami brosur yang dibagikan dan akan merasa tertarik oleh produk-produk yang ditawarkan. Promosi penyebaran brosur ini merupakan komponen dari bauran promosi periklanan.

e. Edukasi

Edukasi bertujuan untuk pengetahuan dan penjelasan produk kepada masyarakat, biasanya diadakan event khusus. Dalam memasarkan produk

tabungan haji, edukasi yang lebih ditekankan adalah edukasi spiritual, sehingga menimbulkan keinginan nasabah untuk menunaikan kewajibannya yaitu melaksanakan ibadah haji.⁵¹

2. Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang.

Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang menawarkan berbagai macam produk tabungan yang dapat disesuaikan dengan berbagai macam kebutuhan nasabah. Sebagai contoh, produk tabungan yang digunakan oleh nasabah yang ingin pergi haji, bisa menggunakan akad *Mudharabah Muthalaqah* dengan berbagai manfaat yang diberikan. Bank Syariah Mandiri juga memberikan daya tarik tersendiri dengan memberikan layanan yang sesuai dengan nasabah.⁵² Produk Tabungan Haji bertujuan membantu masyarakat dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah tabungan mabrur atau haji ini dalam BSM dalam sistemnya yaitu berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthalaqah*, tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi penyelenggaraan ibadah haji/umrah, setoran awal minimal 100.000,-, setoran selanjutnya minimal 100.000,- saldo minimal untuk didaftarkan Siskohat adalah 25.500.000 atau sesuai dengan ketentuan kementerian Agama dan biaya penutupan rekening karna batal 25.000,- Untuk syarat pembukaan tabungan Haji hanya KTP/SIM/Paspor Nasabah.

C. Analisa Strategi Pemasaran Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP

Unit 2 Tulang Bawang

⁵¹ Rian ade, Syariah Funding Executive Bank Syariah Mandiri Unit 2, 16 Mei 2017

⁵² *Ibid.*

Berdasarkan hasil penelitian dan informasi yang diperoleh dari wawancara, maka peneliti Menyatakan bahwa Strategi Pemasaran Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang dengan dilaksanakan berbagai jenis teknik pemasaran, yaitu:⁵³

1. Pemasaran Berbasis Hubungan

Di era sekarang ini, nasabah bukan lagi dianggap sebagai pembeli melainkan nasabah dianggap sebagai rekan dalam bekerja. Namun, dengan menggunakan pemasaran berbasis hubungan ini bank harus lebih meningkatkan kapasitas pengetahuan karyawan terutama *Relationship Marketing*. Bertujuan agar tidak terjadi kesalahan dalam menyampaikan karakteristik dari produknya. Peningkatan kapasitas pengetahuan karyawan ini dapat dilaksanakan dengan mengadakan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan pemasran berbasis hubungan.pemasaran berbasis hubungan merupakan langkah yang baik, karena dari semua karyawan yang ada di Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang menggunakannya untuk menawarkan semua produk yang adadealambank tersebut.

2. Pembukaan Stand

Dengan pembukaan stand ini, selain memberikan kemudahan bagi nasabah sehingga tidak perlu mendatangi kantor bank untuk melakukan transaksi finansial juga akan membangun citra perusahaan karena telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan sehingga akan tercipta hubungan yang positif dengan komunitas di masyarakat. Namun,

⁵³Rian ade, Syariah Funding Executive Bank Syariah Mandiri Unit 2, 16 Mei 2017

pembukaan stand ini memiliki kelemahan yaitu dapat mengabaikan kelompok konsumen yang penting. Cara promosi ini lebih efisien karena langsung bertemu dengan nasabah, untuk menjelaskan tentang produk tabungan haji. sehingga nasabah tidak perlu datang ke Bank untuk Media Massa

Dengan adanya pemberian yang positif baik di media massa mengenai produk maupun di bank akan bersifat informatif bukan membujuk dan dapat dipercaya oleh nasabah. Namun, dampak yang diterima pada penjualan tidak dapat diterima secara langsung.

3. Penyebar Brosur

Dengan melaksanakan penyebaran brosur akan mendorong penerimaan produk jasa dan memungkinkan adanya variasi gaya format promosi. Namun, untuk penyebaran brosur ini diperlukan biaya yang banyak baik untuk percetakan brosur ataupun penyebarannya.

4. Edukasi

Pemasaran melalui edukasi cukup efektif untuk produk tabungan haji karena dengan memberikan pengetahuan mendalam mengenai konsep wajibnya haji bagi seorang muslim akan menyadarkan nasabah untuk segera membuka tabungan haji. Namun, penyampaian edukasi ini haruslah sesuai dengan kaidah yang ada sehingga tidak akan merasa ada hal yang berbeda dengan pemahaman nasabah sebelumnya.

D. Kendala-kendala yang dihadapi dalam Pelaksanaan Strategi Pemasaran

Didalam setiap aktivitas tidak selalu berjalan seperti rencana sama halnya dengan pelaksanaan strategi pemasaran yang telah diterapkan, dalam strategi pemasaran terkadang mengalami kendala sehingga menghambat proses pemasaran yang dilakukan oleh SFE Syariah Funding Executive.⁵⁴

Strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang untuk memasarkan produknya tidak selalu berjalan seperti rencana, banyak kendala-kendala yang harus dihadapinya:

1. Kurangnya sumber daya manusia yang menurut BSM tersebut mampu untuk melaksanakan strategi tersebut.
2. Bangunan yang kecil membuat nasabah kurang nyaman.

⁵⁴Rian ade, Syariah Funding Executive Bank Syariah Mandiri Unit 2, 16 Mei 2017

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang peneliti laksanakan pada Bank Syariah Mandiri KCP Uni 2 Tulang Bawang, peneliti memberikan kesimpulan bahwa strategi pemasaran Tabungan Haji yang digunakan Bank Syariah Mandiri Unit 2 Tulang Bawang yaitu Strategi Pemasaran Berbasis Hubungan, Strategi tidak Membeda-bedakan, penyebaran Brosur, media massa, dan edukasi. Strategi berbasis hubungan yaitu bagaimana Bank melakukan pendekatan kepada nasabah secara langsung. Strategi pemasaran tidak membeda-bedakan merupakan pemasaran secara langsung memenuhi kebutuhan nasabah, jadi pada intinya tidak membeda-bedakan kebutuhan nasabahnya. dan penyebaran brosur yaitu mengenalkan kepada calon nasabah tentang produk tabungan Haji. Strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Unit 2 Tulang Bawang sudah cukup baik dengan adanya metode pemasaran berbasis hubungan, Strategi tidak membeda-bedakan, pembukaan stand, media massa, edukasi dan penyebaran brosur. Sehingga, nasabah akan merasa nyaman dengan pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh bank yang seakan-akan ingin memberi kemudahan dan memenuhi kebutuhan nasabah akan jasa finansial.

B. Saran

1. Bagi Bank

Bagi bank diharapkan untuk terus mempertahankan pemasaran berbasis hubungan karena persaingan saat ini bagi bank jasa finansial lebih mengutamakan pelayanan dikarenakan produk yang sama telah banyak diterbitkan oleh bank lain.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk melaksanakan penelitian mengenai strategi pemasaran melalui media elektronik secara lebih mendalam dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang semakin cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah Amrin. *Startegi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Grasindo, 2007.
- Adiwarman A. Karim. *Bank islam analisis fiqih dan keuangan*. jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2010.
- Ali Muhammad Taufik. *Praktikum Manajemen Berbasis AL-Qur'an*. Jakarta:Gema Insani, 2004.
- Amir Syarifuddin. *Garis-garis Besar Fiqh*. Kencana. Jakarta Timur. 2003.
- Beni Ahmad Saebani. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Burhan Bungin. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press, 2001
- Cik Basir. *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Dan Mahkamah Syariah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Deddy Mssulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Ernie dan Kurniawan Saefullah. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,. Jakarta: Rajawali Press, 2000.
- J. Supranto. *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1981.
- Jumingan. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Kartono Kartini. *Pengantar Metodologi Research Sosial*. Bandung: Penerbit Alumni, 1980.
- Kasmir. *dasar-dasar perbankan*. jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2010.
- Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Malayu Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta:PT. Bumi Aksara, 2002.

- Muhammad Djarot Sensa. *Haji Spiritual Makna Filosofi Esetoris Dalam Pendakian Ruhani*. Bandung: Tafakur, 2004.
- P. Joko Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Pandji Anoraga. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- , *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta, 2009.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- QS. Al-Imran: 97.
- Slamet Wiyono. *Akutansi Perbankan Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suharimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 1991.
- Suryadi Prawiro Sentoso. *Pengantar Bisnis Modern*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Sutrisno Hadi. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Zainudin Ali. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

RIWAYAT HIDUP



Peneliti Tugas Akhir ini bernama Jepri Saputra. Merupakan putradari Bapak Samidi dan Ibu Tutik, anak pertama dari 2 bersaudara yang lahir di Gayau Sakti 12 July 1993. Peneliti menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 01 Banjar Agung, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 01 Unit 5, selanjutnya melanjutkan pendidikan di STM Al-Iman Unit 2 Tulang Bawang. Pada September 2012, Peneliti tercatat sebagai mahasiswa D3 Perbankan Syariah di IAIN Metro.

Demikian daftar riwayat hidup peneliti secara singkat yang dapat dituangkan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.