

# **TUGAS AKHIR**

## **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARI'AH iB DI BRI SYARI'AH KC.TANJUNG KARANG**

Oleh:  
**YULIAWATI**  
**NPM. 14123648**



**Program Studi : Diploma III Perbankan Syari'ah**  
**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)**  
**METRO LAMPUNG**  
**1438H / 2017**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARI'AH iB  
DI BRI SYARI'AH KC.TANJUNG KARANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)**

**Oleh:  
YULIAWATI  
NPM. 114123648**

**Pembimbing :  
Dr. SUHAIRI, S.Ag., M.H.**

**Program Studi : Diploma III Perbankan Syari'ah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)  
METRO LAMPUNG  
1438H / 2017**

## PERSETUJUAN

JUDUL : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat  
Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji  
BRISyariah IB di BRISyariah KC. Tanjung Karang

NAMA : YULIAWATI

NPM : 14123648


PROGRAM STUDI : Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah

FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Metro Lampung.

Pembimbing

  
Dr. SUHAIRI S. Ag., M.H.  
NIP. 19721001 199903 1 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jln. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iningmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-Mail  
iaimetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN

Nomor : B-67/In.28/FEBI/PP.00.9/01/2017

Tugas Akhir dengan judul: STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARIAH IB DI BRI SYARIAH KC.TANJUNG KARANG, disusun oleh YULIAWATI, NPM 14123648, Jurusan: D3 Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam pada Selasa, 4 Juli 2017.

TIM PENGUJI :

Ketua : Dr. Suhairi, S.Ag., M.H.

Penguji I : Nety Hermawati, SH.,MA.,M.H.

Penguji II : Rina Elmaza, M.Si.

Sekretaris : Aisyah Sunarwan, M.Pd.



Mengetahui  
Dekan



Dr. Widiya Ninsiana, M.Hum  
NIP. 19720923 200003 2 002

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARIAH iB DI BRI SYARIAH KC.TANJUNG KARANG

Oleh:  
**YULIAWATI**  
**NPM. 14123648**

Tabungan haji merupakan suatu produk tabungan yang disediakan untuk nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji tetapi terkendala oleh biaya. Seiring dengan perkembangannya, ada banyak bank syariah yang saat ini memiliki produk tabungan Haji, salah satunya adalah Bank BRI Syariah KC Tanjung Karang, nama produknya adalah Tabungan Haji BRI Syariah iB yang mana di dalam Tabungan Haji ini akan diberikan kemudahan dalam registrasi dan Bank BRI Syariah KC Tanjung Karang langsung bekerjasama dengan Kementerian Agama (KEMENAG).

Dalam upayanya untuk meningkatkan minat nasabah terhadap tabungan Haji, Bank BRI Syariah KC Tanjung Karang melakukan berbagai upaya melalui strategi pemasaran. Adapun pertanyaan penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang?”.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah menambah khazanah dalam bidang perbankan yaitu strategi pemasaran produk Bank Syariah dan dapat digunakan sebagai masukan bagi lembaga perbankan syariah, khususnya BRI Syariah KC Tanjung Karang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau *field research*, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang dilakukan dengan menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni dengan menggunakan 4P yaitu *Place* (tempat) yakni melakukan pemasaran di tempat yang strategis, *Product* (produk) yakni dengan menawarkan produk berdasar syariah Islam yang terbebas dari riba, *Price* (harga) yakni dengan menawarkan setoran bulanan minimal dan terjangkau masyarakat umum dan *Promotion* (promosi) yakni dengan melakukan promosi yang bervariasi mengikuti perkembangan jaman dan lebih mudah untuk dikenal masyarakat.

**Kata Kunci** : Strategi Pemasaran, Tabungan Haji, BRI Syariah KC Tanjung Karang

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : YULIAWATI  
NPM : 14123648  
Prodi : D3 Perbankan Syari'ah  
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam

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

Yang Menyatakan,  
  
YULIAWATI  
NPM. 14123648

## MOTTO

﴿٩٦﴾ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ

*Sesungguhnya rumah yang mula-mula dibangun untuk (tempat beribadat) manusia, ialah Baitullah yang di Bakkah (Mekah) yang diberkahi dan menjadi petunjuk bagi semua manusia.*

*(Q.S. Ali 'Imran, 3:96)*

## **PERSEMBAHAN**

Allhamdulillahirobbilalamin rasa syukur yang selalu terucap kepada Allah SWT, dan juga rasa bahagia yang tiada terkira aku dapat mempersembahkan Tugas Akhir (TA) ini sebagai rasa hormat serta cinta kasihku kepada:

1. Ibuku tersayang Purwanti dan Ayahku tercinta Sumijan yang tiada pernah bosan menyayangiku, menasehatiku, memberikan motivasi serta selalu mendoakan setiap langkahku sehingga menjadi semangat bagiku untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar sebagai upaya meraih kesuksesanku.
2. Kakak kandungku Fitriarningsih dan Keponakanku Nabila Putri Fiana yang selalu menasehati dan memberikan semangat kepadaku.
3. Masruri yang ku sayangi yang selalu ada di setiap suka dan duka.
4. Sabahat-sahabatku Sohimah, Renita, Febriana Saraswati, Lutfi Indah Nurmala Sari, Endah Suka Perdani, Novi Dwi Pandan Sari, Tri Mudiyanti, Surya Aida Sari, Putri Kurniawati, Kusuma Hidayanti, Ranti Juwita Sari yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepadaku.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Tujuan penelitian Tugas Akhir ini sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program diploma tiga (D-III) Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Metro Lampung. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Ibu Widhiya Ninsiana, M. Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.
3. Ibu Zumaroh, S.E.I.M.E.Sy selaku Ketua Jurusan D-III Perbankan Syariah IAIN Metro Lampung.
4. Ibu Nety Hermawati, SH.,MA.,M.H. selaku dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Dr. Suhairi, S.Ag., M.H. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan mengenai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji.

Metro, Juni 2017



Yuliawati  
NPM.14123648

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUTAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	v
<b>HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	3
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	3
1. Tujuan Penelitian .....	3
2. Manfaat Penelitian .....	3
D. Metode Penelitian.....	4
1. Jenis dan Sifat Penelitian .....	4
2. Sumber Data.....	5
E. Teknik Pengumpulan Data.....	6
F. Teknik Analisis Data.....	7
G. Sistematika Pembahasan .....	8

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Bank Syariah.....	9
1. Pengertian Bank Syariah.....	9
2. Landasan Bank Syariah .....	10
3. Produk-Produk Bank Syariah .....	14
B. Tabungan Mudharabah .....	15
1. Pengertian Tabungan Mudharabah .....	15
2. Fatwa Tentang Tabungan Mudharabah.....	16
C. Strategi Pemasaran .....	18
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	18
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	19
3. Segmentasi Pasar.....	24
4. Konsep Pemasaran .....	27
5. Fungsi Pemasaran .....	29

### **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BRI Syariah KC Tanjung Karang .....	32
1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah .....	32
2. Visi dan Misi .....	34
3. Struktur Organisasi .....	35
4. Produk-Produk Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang	35
B. Tabungan Haji .....	42
C. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Yang Di Lakukan di BRI Syariah .....	48

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2 : Outline
- Lampiran 3 : Surat Keterangan Magang
- Lampiran 4 : Alat Pengumpul Data
- Lampiran 5 : Formulir Konsultasi Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Bebas Perpus
- Lampiran 7 : Brosur Tabungan Haji Bri Syariah
- Lampiran 8 : Formulir Pembukaan Tabungan Haji
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

## **DAFTAR GAMBAR**

- Gambar 1 : Data Tabungan Haji dari Tahun 2015 sampai dengan tahun 2017
- Gambar 2 : Struktur Organisasi BRI Syariah KC. Tanjung Karang
- Gambar 3 : Dokumentasi Foto Wawancara

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah yang kegiatannya adalah sebagai lembaga intermediasi mempunyai peran menghimpun dana dari masyarakat yang berlebihan dana dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk pembiayaan, guna meningkatkan taraf hidup masyarakat yang sesuai dengan prinsip syariah. Dalam menyalurkan dananya kembali kepada masyarakat tentunya membutuhkan pemasaran yang efektif agar produk yang pembiayaan maupun tabungan dapat menarik nasabah. Dalam prakteknya tujuan lembaga keuangan bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang.

Menurut Kotler, *marketing* (pemasaran) adalah merupakan proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran (*exchange*).<sup>1</sup> Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu lembaga keuangan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti, bank menyediakan berbagai jenis produk bank.

---

<sup>1</sup> Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.37

Ada beragam produk yang ditawarkan oleh bank syariah salah satunya adalah Tabungan Haji. Tabungan haji merupakan suatu produk tabungan yang disediakan untuk nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji tetapi terkendala oleh biaya. Seiring dengan perkembangannya, ada banyak bank syariah yang saat ini memiliki produk tabungan haji, salah satunya adalah Bank BRI Syariah KC Tanjung Karang, nama produknya adalah Tabungan Haji BRI Syariah iB yang mana di dalam Tabungan Haji ini akan diberikan kemudahan dalam registrasi dan Bank BRI Syariah KC Tanjung Karang langsung bekerjasama dengan KEMENAG (Kementerian agama). Berdasarkan survei, minat terhadap tabungan haji di BRI Syariah KC Tanjung Karang cukup besar, setelah produk Tabungan Faedah.

Strategi pemasaran yang digunakan BRI Syariah KC Tanjung Karang dalam memasarkan produknya dilakukan dengan berbagai cara teknik dan strategi promosi yang menarik, termasuk program yang selalu mengikuti perkembangan jaman. Dengan melakukan program tersebut terbukti bahwa dalam setiap tahunnya jumlah nasabah Tabungan Haji di BRI Syariah KC Tanjung Karang mengalami peningkatan yang signifikan.

Pada setiap tahunnya, data nasabah haji di BRI Syariah KC Tanjung Karang selalu bertambah, pada tahun 2015 berjumlah 4.621 jemaah, tahun 2016 berjumlah 5.591 nasabah, dan pada tahun 2017 sampai dengan bulan Juli berjumlah 5.835 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syariah KC Tanjung Karang yang cukup menarik dan inovatif.

Berdasarkan dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di BRI Syariah KC Tanjung Karang dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan dari latar belakang masalah tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang?”.

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah:

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah terutama di bidang perbankan syari’ah, khususnya tentang strategi pemasaran produk Bank Syari’ah.



b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga perbankan syariah, khususnya BRI Syariah KC Tanjung Karang.

#### **D. Metode Penelitian**

##### **1. Jenis dan Sifat Penelitian**

a. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research*, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus dan dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.<sup>2</sup> Pada penelitian ini, peneliti meneliti di BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang, untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang.

b. Sifat Penelitian

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena merupakan penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran, memecahkan masalah berdasarkan hasil pengamatan objek alamiah dan sesuai fakta dalam keadaan tertentu, yaitu tentang strategi pemasaran Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang.

---

<sup>2</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), Cet. 1, h. 96

## 2. Sumber Data

### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber utamanya atau asli.<sup>3</sup> Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Bapak Subli selaku Manager Operasional dan Ibu Sari selaku *Funding Officer*, Ibu Dwi Utari selaku *Customer Service* Di BRI Syariah KC Tanjung Karang dan data-data yang diperoleh dari BRI Syariah KC Tanjung Karang.

### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan. Sumber-sumber sekunder terdiri atas berbagai macam, dari surat-surat pribadi, kitab harian, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah.<sup>4</sup> Data Sekunder juga dapat dikatakan sebagai bahan atau data pelengkap dari sumber data primer. Artinya data sekunder ini diperoleh peneliti dari data yang telah ada. Sebagai kelengkapan data sekunder penulis mempelajari buku-buku yang relevan dengan pokok permasalahan pada penelitian ini.

---

<sup>3</sup> Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pruden Media, 2013), Cet. I, h. 21

<sup>4</sup> S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 143

## E. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.<sup>5</sup> Dalam penelitian menggunakan wawancara bebas terpimpin.

Wawancara bebas merupakan kegiatan wawancara yang pertanyaannya tidak disusun lebih dahulu. Wawancara terpimpin merupakan wawancara yang mana pertanyaannya sudah disiapkan sebelumnya. Wawancara bebas terpimpin adalah kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai Bapak Subli selaku Manager Operasional dan Ibu Sari selaku *Funding Officer*, Ibu Dwi Utari selaku *Customer Service* Di BRI Syariah KC Tanjung Karang, untuk mendapatkan data tentang strategi pemasaran Tabungan Haji BRI Syariah iB.

### b. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, majalah, prasasti, notulen rapat, *legger*, agenda, dan sebagainya.<sup>7</sup> adapun data dokumentasi yang diambil adalah dalam bentuk brosur, annual report, PPT Marketing.

---

<sup>5</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, h. 105

<sup>6</sup> Achmad Basuki, *Teknik Wawancara*, (Departemen Teknologi Multimedia Kreatif: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2014)

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), h.231

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.<sup>8</sup> Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan dalam bentuk uraian kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berpikir induktif yang berangkat dari informasi tentang strategi pemasaran Tabungan Haji BRI Syariah iB untuk meningkatkan jumlah nasabah di BRI Syariah KC Tanjung Karang.

## **G. Sistematika Pembahasan**

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

### **1. Bab I Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, serta sistematika pembahasan.

---

<sup>8</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian*, h.248.

## 2. Bab II Landsan Teori

Dalam bab ini, penulis menguraikan dan menjelaskan teori-teori mengenai Bank Syari'ah, Tabungan *Mudharabah*, Strategi Pemasaran.

## 3. Bab III Pembahasan

Bab ini berisi tentang pembahasan, mulai dari Gambaran Umum BRI Syariah KC Tanjung Karang, Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC.Tanjung Karang, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC.Tanjung Karang.

## 4. Bab IV Penutup

Pada bab penutup mencakup kesimpulan dari keseluruhan pembahasan dan saran-saran yang dapat disampaikan oleh penulis dalam penulisan tugas akhir ini.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Bank Syari'ah**

##### **1. Pengertian Bank Syari'ah**

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) tentang Perbankan Syari'ah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syari'ah dan Unit Perbankan Syari'ah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syari'ah disebutkan bahwa Bank Syari'ah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syari'ah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah. Dalam pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa prinsip syari'ah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang telah dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syari'ah.<sup>1</sup> Menurut ensiklopedia Islam, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam.

---

<sup>1</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 49-50.

Berdasarkan rumusan tersebut, bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-Hadits. Sedangkan muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan manusia dengan manusia, baik hubungan pribadi maupun perorangan dengan masyarakat.<sup>2</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.

## 2. Landasan Bank Syari'ah

Dalam pemikiran terbentuknya Bank Syari'ah bersumber dari adanya larangan riba' di dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist sebagai berikut:<sup>3</sup>

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ ﴿١٧٦﴾

Artinya :

“Allah memusnahkan Riba dan menyuburkan sedekah[177]. dan Allah tidak menyukai Setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa[178]”.

<sup>2</sup> *Ibid*, h. 49.

<sup>3</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 56

[177] Yang dimaksud dengan memusnahkan Riba ialah memusnahkan harta itu atau meniadakan berkahnya. dan yang dimaksud dengan menyuburkan sedekah ialah memperkembangkan harta yang telah dikeluarkan sedekahnya atau melipat gandakan berkahnya.

[178] Maksudnya ialah orang-orang yang menghalalkan Riba dan tetap melakukannya.<sup>4</sup>

Dalam suatu riwayat dikemukakan: terdapat orang-orang yang berjual beli dengan kredit (dengan bayaran berjangka waktu). Apabila telah tiba waktu pembayaran dan tidak membayar maka bertambah dengan bunganya dan ditambah pula jangka waktu pembayarannya. Maka turunlah Surat Al-Imran ayat 130. Dalam riwayat lain dikemukakan bahwa di zaman jahiliyah tsaqif berhutang kepada banin nadlir. Ketika telah tiba waktu pembayaran tsaqif berkata: “kami bayarkan bunganya dan undurkan waktu pembayarannya”. Maka turunlah Surat Al-Imran ayat 130 sebagai larangan atas perbuatan itu.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبٰوَ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda[228] dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

[228] Yang dimaksud Riba di sini ialah Riba nasi'ah. menurut sebagian besar ulama bahwa Riba nasi'ah itu selamanya haram, walaupun tidak berlipat ganda. Riba itu ada dua macam: nasi'ah dan fadh'l. Riba nasi'ah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadh'l ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti

<sup>4</sup> Q.S. Al-Baqarah (2) : 276



penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliah.<sup>5</sup>

Al-Qur'an Surat An-Nisaa ayat 161 menyatakan :

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدِّمُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ﴿١٦١﴾

Artinya :

“dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih”.<sup>6</sup>

Al-Qur'an Surat Ar-Rum ayat 39 menyatakan:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوًا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya :

“dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)”.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Q.S. Al-Imran (3) : 130

<sup>6</sup> Q.S. An-Nisaa (4) : 161

<sup>7</sup> Q.S. Ar-Rum (30) : 39

Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 278-279 menyatakan:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾  
 فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ ۗ وَاِنْ تَبَتُّمۡ فَلَكُمْ رُءُوْسُ اَمْوَالِكُمْ  
 لَا تَظْلُمُوْنَ وَلَا تُظْلَمُوْنَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman”.

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.<sup>8</sup>

Dari Abu sa'ad ra diceritakan: pada suatu ketika bilal datang kepada Rasulullah SAW, beliau membawa kurma barni.<sup>9</sup> Lalu rasul SAW bertanya kepadanya kurma dari mana ini? “jawab bilal, Kurma kita rendah mutunya karena itu ku tukar 2 gantang dengan 1 gantang kurma ini untuk pangan nabi SAW.” Maka bersabda Rasulullah SAW, inilah yang disebut riba, jangan sekali-kali engkau lakukan lagi. Apabila engkau ingin membeli kurma (yang bagus) jual beli dulu kurmanya (yang kurang bagus) itu, kemudian dengan uang penjualan itu beli kurma yang lebih bagus.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Q.S. Al-Baqarah (2) : 278-279

<sup>9</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syari'ah*, h. 57

<sup>10</sup> *Ibid*, h. 58

### 3. Produk-Produk Bank Syari'ah

Salah satu produk Bank Syariah adalah produk penghimpunan dana. Penghimpunan dana di Bank Syari'ah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syari'ah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.<sup>11</sup>

#### a. Prinsip *Wadi'ah*

Prinsip *wadi'ah* yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah yad dhamanah* berbeda dengan *wadi'ah amanah*. Dalam *wadi'ah yad amanah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementaraiti, dalam hal *wadi'ah yad dhamanah*, pihak yang dititipi( bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

#### b. Prinsip *Mudharabah*

Dalam mengamplikasikan prinsip *Mudharabah*, penyimpanan atau depositan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola).

Berdasarkan kewenangan yang diberikan oleh pihak penyimpanan dana, prinsip *Mudharabah* terbagi dua yaitu:

##### 1) *Mudharabah Mutlaqah*

Dalam *Mudharabah mutlaqah*, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Nasabah tidak memberikan

---

<sup>11</sup>Adiwarman A. Karim, *Babk Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 107

persyaratan apapun kepada bank, ke bisnis apa dana yang disimpannya itu kehendak disalurkan, atau menetapkan penggunaan akad-akad tertentu, ataupun masyarakat dananya diperuntukan bagi nasab tertentu.

## 2) *Mudharabah Muqayyadah*

Jenis *Mudharabah* ini merupakan penyaluran dana *Mudharabah* langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari bisnis (pelaksana usaha).<sup>12</sup>

## **B. Tabungan *Mudharabah***

### **1. Pengertian Tabungan *Mudharabah***

Yaitu penempatan dana dalam bentuk tabungan dengan sistem bagi hasil (*Mudharabah*). Bank selaku pengelola dana nasabah (*mudharub*) akan mengelola dana tersebut dan memberikan imbalan sesuai dengan kinerja dan porsi bagi hasil (*nisbah*) yang telah diperjanjikan.

a. Al-Qur'an (An-Nissa':29 Al-Baqarah:283 Al-Maaidah:1 dan 2)

b. Al-Hadist

1) Riwayat Thabrani dari Ibnu Abbas:

“*Abbas bin Abdul Muthallib* jika menyerahkan harta sebagai *Mudharabah*, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak mengarungi lembah, serta tidak membeli hewa ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus

---

<sup>12</sup> *Ibid*, h. 111

menanggung risikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya”.

2) Riwayat Ibnu Majah dari Shuhaib:

“Nabi bersabda,”ada tiga hal yang mengandung berkah: menjual beli tidak secara tunai, *muqaradhah* (*Mudharabah*), dan mencampur gandum dengan jawawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual”.

3) Riwayat Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf:

“perdamaian dapat dilakukan diantara kau *muslimin*, kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram dan kaum muslim terkait dengan syarat-syarat mereka, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram”.

c. Kaidah Fikih

Pada dasarnya semua membentuk muamalah boleh dilakukan, kecuali ada dalil yang mengharamkan.

## 2. Fatwa Tentang Tabungan *Mudharabah*

Fatwa Dewa Syari’ah Nasional Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang tabungan:

a. Jenis Tabungan :

- 1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari’ah adalah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.

2) Tabungan yang dibenarkan merupakan tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *wadi'ah*.

b. Ketentuan Umum Tabungan *Mudharabah*:

1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola dana.

2) Bank sebagai *mudharib* dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk ber-*Mudharabah* dengan pihak lain.

3) Modal harus dinyatakan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.

4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

5) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya oprasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

6) Bank tidak diperkenankan mengurai nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.<sup>13</sup>

c. Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Wadi'ah*:

1) Bersifat simpanan

2) Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.

---

<sup>13</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Perbankan Syari'ah*, (Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama,2014),h. 98-99

- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

## C. Strategi Pemasaran

### 1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi pemasaran mengandung dua faktor yang terpisah tetapi berhubungan dengan erat, yaitu:<sup>14</sup>

a. Pasar Target/Sasaran

Yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan “sasaran” perusahaan.

b. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan di kombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Strategi pemasaran mempunyai runag lingkup yang luas di bidang pemasaran, diantaranya:<sup>15</sup>

a. Strategi dalam persaingan

b. Strategi produk

c. Strategi “ Daur Hidup Produk”

Dalam persaingan diperlukan suatu kejelasan, apakah perusahaan akan menempatkan dirinya sebagai pemimpin, sebagai penantang, ataukah

---

<sup>14</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), h. 230

<sup>15</sup> *Ibid*, h. 231

pengikut. Perlu pula ketegasan langkah yang harus dilaksanakan, sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapi.

Dalam strategi produk, terkadang banyak unsur yang berkaitan dengan produk yang dihasilkan. Mulai dari desain, warna, bentuk, kemasan, dan berbagai sifat fisik produk lainnya. Mencakup pula kebijakan penetapan harga produk yang akan memberikan kepuasan, baik pada konsumen maupun kepada perusahaan sebagai produsen dan penjual. Segala sesuatu yang berkenaan dengan produk merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran, agar dapat diyakinkan bahwa produk yang dihasilkan adalah produk yang betul-betul dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Daur kehidupan produk adalah tahap-tahap yang “dilalui” oleh suatu barang atau jasa sejak ia mulai diperkenalkan di pasar hingga ia lenyap dari pasar tersebut. Dalam memperhatikan hal ini, dapat dibuat rencana tentang langkah apa yang perlu dikerjakan dalam menghadapi setiap tahap dalam kehidupan produk.

## **2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Keberhasilan suatu perusahaan berdasarkan keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu yang lebih dikenal dengan *marketing mix* (bauran pemasaran).

Kotler (2000) memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai berikut :<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung :Alfabeta, 2012), h. 14



“Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan -*product, price, promotions, place*- yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seprangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.<sup>17</sup>

Unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*) dari definisi yang dikemukakan oleh Philip Kotler, antara lain :

a. *Product* (Produk)

Keputusan-keputusan tentang produk-produk ini mencakup penentuan bentuk penawaran produk secara fisik bagi produk barang, merek yang akan ditawarkan atau ditempelkan pada produk tersebut (*brand*), fitur yang ditawarkan dalam produk tersebut, pembungkus, garansi, dan servis sesudah penjualan (*after sales service*). Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya riset pasar. Jika masalah ini terselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga, distribusi, dan promosi dapat diambil.

---

<sup>17</sup> *Ibid*, h.15

Produk secara garis besar dapat dibagi menjadi produk barang, dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan bermotor, komputer, alat elektronik atau produk lainnya yang bersifat konkret merupakan contoh dari produk barang. Sementara produk jasa sifatnya abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Ini hal penting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Contoh dari produk jasa antara lain pelayanan kesehatan, pangkas rambut dan produk jasa lainnya. Produk yang ditawarkan oleh perbankan adalah contoh dari produk jasa, sehingga pemasarannya yang digunakanpun adalah strategi pemasaran untuk produk jasa.

b. *Price* (Harga)

Pada setiap produk atau jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan, harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga ini menyangkut *mark-up* (berapa tingkat persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungna yang diinginkan), *mark-down* (berapa tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya, *building* (penjualan produk secara paket –contohnya adalah penjualan kartu perdana handphone lengkap dengan handphone-nya), harga pada waktu-waktu tertentu (*inter-temporal pricing*), komisi yang

diterima marketing, dan metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.

c. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberi tahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Promosi disini terkait dnegan besaran biaya promosi dan kegiatan promosi yang akan dilakukan. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Perusahaan harus mampu memutuskan kegiatan promosi apakna yang tepat bagi suatu produk yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda, sehingga pendekatan promosi yang harus dilakukan pun akan berbeda pula. Selain itu kegiatan promosi harus disesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki oleh perusahaan.

d. *Place* (Tempat)

Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- 1) Sistem tranportasi perusahaan.
- 2) Sistem penyimpanan.
- 3) Pemilihan saluran distribusi.

Termasuk dalam sistem transportasi antara lain keputusan tentang pemilihan alat transportasi, penentuan jadwal pengiriman, rute yang harus ditempuh dan seterusnya. Dalam sistem penyimpanan, harus menentukan letak gudang baik untuk menyimpan bahan baku maupun lokasi untuk penyimpanan barang jadi, jenis peralatan yang digunakan untuk mengenai material maupun peralatan lainnya. Sedangkan pemilihan saluran distribusi menyangkut keputusan tentang penggunaan penyaluran (pedagang besar, ecer, agen, makelar) dan bagaimana menjalin kerjasama yang baik dengan para penyalur.

Bagi perbankan, pemilihan lokasi (tempat) sangat penting, dalam menentukan pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM, bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan core business dari perusahaan. misalkan perbankan yang fokus pada korporat, maka harus membuka kantor perwakilannya di lokasi-lokasi yang banyak ditempati perusahaan agar sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut. Janganlah suatu perbankan yang fokus pada korporat namun merambah membuka kantor perwakilannya di daerah-daerah pinggiran, karena tidak sesuai dengan core business perbankan tersebut. Peraturan Bank Indonesia terkait dengan *office channeling* merupakan salah satu bentuk dari bauran pemasaran pada perbankan syariah dalam hal strategi untuk mengatasi keterbatasan tempat dan jaringan yang dimiliki.

### 3. Segmentasi Pasar

Konsep segmentasi pasar pertama kali diperkenalkan oleh Wendell R. Smith pada tahun 1956 dalam artikel klasiknya berjudul “*Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies*” yang dimuat di *Journal of Marketing*. Menurutnya, konsumen konsumen itu bersifat unik dan berbeda-beda. Konsekuensinya, mereka membutuhkan program pemasaran yang berbeda pula.<sup>18</sup>

Segmentasi pasar dapat diartikan sebagai proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik.

Beberapa variabel untuk melakukan segmentasi pasar terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Menurut Philip Kotler variabel utama dalam segmentasi pasar konsumen adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

a. Segmentasi berdasarkan geografik yaitu:

- 1) Bangsa
- 2) Propinsi
- 3) Kabupaten/Kota
- 4) Kecamatan
- 5) Iklim

---

<sup>18</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), h. 94

<sup>19</sup>Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), h. 56

b. Segmentasi berdasarkan demografik, yaitu:

- 1) Umur
- 2) Jenis kelamin
- 3) Ukuran keluarga
- 4) Daur hidup keluarga
- 5) Pendapatan
- 6) Pekerjaan
- 7) Pendidikan
- 8) Agama
- 9) Ras
- 10) Kebangsaan

c. Segmentasi berdasarkan psikografik, yaitu:

- 1) Kelas sosial
- 2) Gaya hidup
- 3) Karakteristik kepribadian

d. Segmentasi berdasarkan perilaku, yaitu:

- 1) Pengetahuan
- 2) Sikap
- 3) Kegunaan
- 4) Tanggap terhadap suatu produk

Sedangkan variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar industrial terdiri dari:

- a. Segmentasi berdasarkan demografik, yaitu:
  - 1) Jenis industri
  - 2) Besar perusahaan
  - 3) Lokasi perusahaan
- b. Segmentasi berdasarkan karakteristik pengoprasian, yaitu:
  - 1) Teknologi yang difokuskan
  - 2) Status pengguna (berat, sedang atau ringan)
  - 3) Kemampuan pelanggan
- c. Segmentasi berdasarkan pendekatan pembeli, yaitu:
  - 1) Organisasi berfungsi pembeli
  - 2) Sifat hubungan yang ada
  - 3) Struktur kekuatan
  - 4) Kebijakan pembelian umum
  - 5) Kriteria
- d. Segmentasi berdasarkan karakteristik personil industri, yaitu:
  - 1) Kesamaan pembeli
  - 2) Sikap terhadap risiko
  - 3) Kesetiaan
- e. Segmentasi berdasarkan faktor situasi, yaitu:
  - 1) Urgensi
  - 2) Pengguna kasus

### 3) Besarnya pesanan

Terdapat beberapa karakteristik yang harus diperhatikan, agar segmentasi pasar dapat berguna yaitu:

- a. *Dapat diukur*, artinya besar pasar dan daya beli segmen ini dapat diukur walaupun terdapat komponen yang sulit diukur
- b. *Dapat terjangkau*, artinya sejauhmana segmen ini dapat secara efektif dicapai dan dilayani oleh produsen, walaupun terdapat kelompok pasar potensial yang sulit dijangkau.
- c. *Besar segmen*, artinya berapa besar segmen yang harus dijangkau agar penjualan produk dapat menguntungkan secara optimal.
- d. *Dapat dilaksanakan*, artinya sejauhmana program yang efektif itu dapat dilaksanakan untuk mengelola segmen ini.<sup>20</sup>

## 4. Konsep Pemasaran

Ada lima konsep alternatif yang mendasari langkah-langkah organisasi dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yaitu:<sup>21</sup>

### a. Konsep produksi

Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan harganya terjangkau. Karena itu, manajemen harus berfokus pada peningkatan efisiensi produksi dan distribusi.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 57

<sup>21</sup> Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Indonesia: Erlangga, 2008), h. 11



b. Konsep produk

Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan fitur inovatif yang terbaik. Strategi pemasaran berfokus pada perbaikan produk yang berkelanjutan.

Kualitas dan peningkatan produk adalah bagian yang penting dalam sebagian besar strategi pemasaran. Meskipun demikian, memfokuskan diri hanya pada produk perusahaan dapat menyebabkan rabun jauh pemasaran.

c. Konsep penjualan

Konsep penjualan yang menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan kecuali jika produk itu dijual dalam skala penjualan dan usaha promosi yang besar. Konsep ini biasanya dipraktekkan pada barang yang tidak dicari- barang-barang yang tidak terpikir akan dibeli oleh konsumen dalam keadaan normal, seperti asuransi atau donor darah.

d. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada pengetahuan akan kebutuhan keinginan target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada pesaing. Fokus dan nilai pelanggan adalah jalan menuju penjualan dan keuntungan.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 12

e. Konsep pemasaran berwawasan sosial

Konsep pemasaran berwawasan sosial menyatakan bahwa strategi pemasaran harus dapat memberikan nilai bagi pelanggan dalam cara yang mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.<sup>23</sup>

## 5. Fungsi Pemasaran

Pemasaran berkontribusi signifikan bagi perusahaan, konsumen, dan masyarakat secara luas.<sup>24</sup>

a. Bagi Perusahaan

Fungsi pemasaran amat membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara sistematis. Pemasaran membantu perusahaan menjalin relasi jangka panjang saling menguntungkan dengan pelanggan sasaran. Pemasaran juga memfasilitasi aliran produk secara efektif dan efisien dalam rantai pasokan, mulai dari bahan mentah hingga produk akhir sampai di tangan konsumen. Dalam internal organisasi, fungsi pemasaran berkoordinasi dan berintegrasi dengan fungsi-fungsi lainnya dalam rangka merancang, mengkomunikasikan, menentukan harga, dan mendistribusikan produk. Di samping itu fungsi pemasaran juga mendatangkan pendapatan laba bagi perusahaan melalui produk atau jasa yang terjual.

---

<sup>23</sup>*Ibid*, h. 13

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, h. 16

b. Bagi Konsumen

Fungsi pemasaran memfasilitasi proses pembelian melalui penyediaan pilihan produk dan jasa, informasi mengenai pilihan-pilihan tersebut, ketersediaan produk di lokasi fisik dan/atau virtual yang nyaman dan mudah diakses, serta layanan pra-pembelian, saat pembelian hingga purnabeli. Pengetahuan pemasaran juga amat membantu seseorang berkarir dalam beraneka profesi, seperti manajer merek, manajer produk, manajer penjualan, wiraniaga, manajer periklanan, manajer humas, manajer riset pemasaran, akademisi pemasaran, peneliti pemasaran, wirausahawan/wati, dan lain-lain.

c. Bagi Masyarakat Luas

Pemasaran berkontribusi positif lewat aktifitas tanggung jawab sosial perusahaan. kontribusi ini bermanfaat bagi para *stackholder*, mulai dari karyawan, pelanggan, hingga masyarakat pada umumnya.

Peran penting pemasaran diwujudkan melalui delapan fungsi universal yang meliputi:<sup>25</sup>

- 1) *Buying*, yaitu memastikan bahwa produk yang dijual tersedia dalam jumlah memadai agar dapat memenuhi permintaan pelanggan. Bagi pengecer, misalnya, kemampuan memahami perilaku konsumen bermanfaat dalam mengantisipasi preferensi konsumen di masa datang. Pengecer dapat menentukan jumlah, jenis, dan saat pemesanan produk secara lebih akurat.

---

<sup>25</sup> *Ibid*, h.17

- 2) *Selling*, yakni menggunakan periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan untuk menyelaraskan produk dengan kebutuhan pelanggan.
- 3) *Transporting*, berkenaan dengan memindahkan produk dari lokasi produksi ke lokasi nyaman diakses oleh para pembeli.
- 4) *Storing*, berkaitan dengan aktivitas menyimpan produk sampai dibutuhkan untuk dijual.
- 5) *Standardizing and grading*, memastikan bahwa produk sesuai dengan pengendalian kualitas dan kuantitas dalam hal ukuran, berat, dan variabel lainnya.
- 6) *Financing*, yaitu menyediakan fasilitas kredit kepada anggota saluran distribusi (pedagang grosir dan pengecer) dan konsumen.
- 7) *Risk taking*, yakni menghadapi segala ketidakpastian berkenaan dengan pembelian yang dilakukan pelanggan di masa datang.
- 8) *Securing marketing information*, menyangkut pengumpulan informasi mengenai konsumen pesaing dan saluran distribusi demi kepentingan pengambilan keputusan pemasaran.

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum BRI Syariah KC Tanjung Karang

##### 1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah

Sejarah singkat dan perkembangan berawal dari akuisisi PT. Bank BRI terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syari'ah Islam.<sup>1</sup>

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank *retail* modern terkemuka dengan layanan *finansial* sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellent*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan syari'ah.<sup>2</sup>

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah ditengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat

---

<sup>1</sup> Dokumentasi berupa website dari [www.BRI.Syariah.co.id](http://www.BRI.Syariah.co.id)

<sup>2</sup> *Ibid*

terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. Bank Rakyat Indonesia.<sup>3</sup>

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syari'ah PT. Bank Rakyat Indonesia, untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (*process spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia, dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syari'ah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRI Syariah menargetkan menjadi bank *retail* modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.<sup>4</sup>

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia, dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia, sebagai kantor layanan syari'ah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syari'ah. Dalam

---

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> *Ibid*

mengembangkan bisnis, PT. Bank BRI Syariah membuka kantor cabang di Lampung pada tahun 2005 masih menjadi Unit Usaha Syariah yang berlokasi di Jl. Kartini, dan pada tahun 2010 pindah lokasi di Jl. Jendral Sudirman No.21 Enggal Bandar Lampung dan menambah kantor cabang pembantu di Metro, Pringsewu, Bandar Jaya dan Sribawono, kemudian pada tahun 2013 menambah kantor cabang pembantu Natar dan Tulang Bawang.<sup>5</sup>

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

Menjadi bank *retail* modern terkemuka dengan ragam layanan-*finansial* sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### b. Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan *finansial* nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> *Ibid*

<sup>6</sup> Dokumentasi Buku Tahunan BRI Syariah KC. Tanjung Karang

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang terlampir : <sup>7</sup>

### 4. Produk-Produk Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang

#### a. Produk *Funding*

##### 1) Tabungan Faedah BRI Syariah iB

Tabungan Faedah BRI Syariah iB merupakan tabungan dari BRI Syariah yang menggunakan prinsip titipan, dipersembahkan bagi yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi keuangan. Tabungan Faedah BRI Syariah iB memberikan ketenangan dan kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serta lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syari'ah. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan rekening tabungan Faedah, yaitu: <sup>8</sup>

a) Fotocopy KTP yang masih berlaku\*).

b) Fotocopy NPWP\*).

c) Biaya pembukaan rekening Rp.100.000,-

\*) *Jika tidak sesuai/tidak memiliki maka mengisi surat pernyataan*

##### 2) Tabungan Haji BRI Syariah iB

Tabungan Haji BRI Syariah iB merupakan Produk simpanan dari BRI Syariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Tabungan

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Subli selaku Manajer Oprasional BRI Syariah KC Tanjung Karang tanggal 16 Mei 2017

<sup>8</sup> Dokumentasi berupa brosur dari BRI Syariah.



Haji BRI Syariah iB menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan rekening tabungan Haji BRI Syariah iB, yaitu: <sup>9</sup>

- a) Melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan fotocopy NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- c) Melampirkan fotocopy Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).
- d) Biaya pembukaan rekening Rp.100.000,-

3) Tabungan Haji Valas BRI Syariah iB

Produk simpanan dari BRI Syariah bagi calon jemaah Haji. Khusus yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah muthlaqah* serta menggunakan mata uang USD. Syarat dan Ketentuan untuk pembukaan tabungan Haji Valas, yaitu: <sup>10</sup>

- a) Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- c) Biaya pembukaan rekening Rp.100.000,-

4) Tabungan Impian BRI Syariah iB

Tabungan Impian merupakan produk simpanan berjangka dari BRI Syariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana dan memakai mekanisme *Auto debet* setoran rutin

---

<sup>9</sup> Dokumentasi berupa *PPT Marketing Kid* BRI Syariah KC. Tanjung Karang

<sup>10</sup> *Ibid.*

bulanan. Tabungan ini menggunakan akad *Mudharabah muthlaqah*. Syarat dan ketentuannya, yaitu:<sup>11</sup>

- a) Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- c) Memiliki produk Tabungan Faedah BRI Syariah iB sebagai rekening induk.
- d) Biaya pembukaan rekening Rp.100.000,-

#### 5) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan dalam TabunganKu yaitu akad *Wadiah yad Dhamanah*. Syarat dan ketentuannya, yaitu:<sup>12</sup>

- a) Melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk).
- b) Melampirkan NPWP (Nomor Pokok wajib Pajak).
- c) Biaya pembukaan rekening Rp.20.000,-

#### 6) Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah iB

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB, adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana,

---

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> *Ibid.*

dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Persyaratannya, yaitu:<sup>13</sup>

- a) Perjanjian Kerja Sama antara BRI Syariah dengan Sekolah.
- b) Mengisi kelengkapan Aplikasi Pembukaan Rekening SimPel iB.
- c) Melengkapi dokumen pembukaan rekening. (Siswa: Kartu Keluarga/NISN/NIS dan Orang Tua/Wali: KTP)<sup>14</sup>

#### 7) Tabungan Mikro

Tabungan mikro merupakan tabungan yang digunakan oleh nasabah pembiayaan untuk pembayaran angsuran. Tabungan Mikro mempunyai fasilitas, antara lain:<sup>15</sup>

- a) *Auto debet*, jika sudah tanggal jatuh tempo pembayaran angsuran, maka akan secara otomatis didebet oleh sistem dari tabungan mikro nasabah yang bersangkutan.
- b) Gratis buku tabungan.
- c) Tidak diberikan ATM.
- d) Saldo tidak bisa diambil, kecuali angsuran sudah lunas dan masih ada sisa saldo di rekening tabungan mikro.
- e) Pembukaan rekening minimal Rp.100.000,-

#### 8) Deposito BRI Syariah iB

Adalah investasi berdasarkan prinsip *Mudharabah* dengan jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan. Dana anda akan dikelola secara

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Wawancara dengan *Customer Service* BRI Syariah KC Tanjung Karang tanggal 16 Mei

optimal untuk membiayai usaha yang produktif dan berguna bagi kepentingan ummat.<sup>16</sup>

Fasilitas yang diberikan oleh BRI Syariah KC.Tanjung Karang yakni:

- a) Bagi hasil sesuai porsi (nisbah) yang disepakati, ditransfer otomatis ke rekening tabungan nasabah.
- b) Dapat dipeRpanjang otomatis (ARO).
- c) Dapat dijanjikan agunan pembiayaan.

b. Produk Penyaluran<sup>17</sup>

1) Gadai BRI Syariah iB

Untuk memberikan solusi memperoleh dana tunai untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak atau pun untuk keperluan modal usaha dengan proses cepat, mudah, aman dan sesuai syari'ah.

2) KPR BRI Syariah iB

Merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (*murabahah*) dimana akad jual beli barang dilakukan dengan menyertakan harga perolehan ditambah *margin* keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

---

<sup>16</sup> *Ibid*

<sup>17</sup> Dokumentasi dari *PPT Marketing Kid* BRI Syariah KC. Tanjung Karang

## 3) PMKR BRI Syariah iB

Merupakan pembiayaan modal kerja *revolving* yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek suatu perusahaan dengan plafon yang bersifat *revolving*.

4) *Linkage* BRI Syariah iB

Merupakan produk Pembiayaan keuangan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan lembaga keuangan non bank dan BPRS.

## 5) EmBP BRI SyariahiB,

Suatu produk untuk memenuhi kebutuhan/pegawai khususnya karyawan dari perusahaan swasta/instansi pemerintah yang bekerjasama dengan PT. Bank BRI Syariah dalam program kesejahteraan karyawan (EmBP), produk ini dipergunakan untuk berbagai keperluan karyawan dan bertujuan untuk meningkatkan loyalitas karyawan kesejahteraan / pegawai (EmBP)

## 6) Pembiayaan Mikro

Merupakan pembiayaan PT. Bank BRI Syariah usaha kecil dengan proses cepat, syarat mudah, margin rendah, pinjaman sampai dengan Rp. 500.000.000 bonus *cashback* tiap 6 bulan dengan syarat ketentuan berlaku.

c. Produk Jasa

1) *Remittance* BRI Syariah

Kemudahan melakukan pengiriman uang tunai dengan fasilitas transfer tanpa perlu memiliki rekening di bank untuk dapat menerima kiriman uang dan cukup menggunakan telepon seluler.

2) *Internet Banking*

Berdasarkan konsep layanan BRI Syariah yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk bertransfer darimana saja dan kapan saja sesuai dengan kebutuhan nasabah, PT. Bank BRI Syariah juga hadirkan sebuah kemudahan, kenyamanan serta keamanan akses perbankan tanpa batas melalui Internet Banking.<sup>18</sup>

3) *Call* BRI Syariah

Merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menghubungi PT. Bank BRI Syariah melalui telepon.

Dari beberapa produk diatas, bahwasanya PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang lebih memasarkan produk pembiayaan mikro, hal ini dikarenakan produk pembiayaan mikro lebih membantu proses arus kas lebih banyak, sehingga PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang terus berusaha memperbesar kuantitas nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara maka dapat dipahami bahwa PT. BRI Syariah KC. Tanjung Karang berragam macam produk-produk

---

<sup>18</sup> *Ibid*

dari penyimpanan dana, penyaluran dana, serta layanan-layanan. Dari beberapa produk di BRI Syariah tersebut, produk *Tabungan haji* ternyata memiliki peminat yang lumayan banyak.

## **B. Tabungan Haji**

Tabungan haji merupakan salah satu produk yang banyak diminati oleh nasabah-nasabah. Berdasarkan wawancara terhadap Bapak Subli tentang tabungan haji. Tabungan haji merupakan tabungan yang ditujukan bagi nasabah atau seseorang guna untuk mempersiapkan biaya penyelenggaraan Ibadah Haji dengan menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*. Nasabah yang telah memiliki saldo yang cukup, dapat didaftarkan untuk memperoleh nomor porsi melalui SISKOHAT sesuai tahun keberangkatan yang diinginkan atau sesuai tahun keberangkatan yang masih tersedia.<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Subli selaku Manager Operasional dapat dipahami bahwa Tabungan Haji merupakan sebuah produk yang memberikan kemudahan kepada nasabah melalui tabungan haji untuk mempermudah dalam pelaksanaan Ibadah Haji. Dalam pelaksanaannya, dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yang mana dalam pembagian hasil usaha telah disepakati antara nasabah dan pihak bank. Dan juga merupakan produk yang banyak diminati oleh nasabah.

### **a. Syarat-Syarat Pembukaan Tabungan Haji**

- 1) Melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk).

---

<sup>19</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Subli selaku Manager Operasional di BRI Syariah KC.Tanjung Karang tanggal 17 Mei 2017

- 2) Melampirkan fotocopy NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
  - 3) Melampirkan fotocopy Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).
  - 4) Biaya pembukaan rekening Rp.50.000,-
- b. Syarat-Syarat Penentuan Nomor Porsi Haji
- 1) Foto ukuran 3x4 dan 4x6.
  - 2) Setoran awal Rp 50.000
  - 3) Umur minimal 12 Tahun.
  - 4) Jika tidak ada KTP dan NPWP bisa menggunakan Akte kelahiran atau kartu keluarga.
  - 5) Untuk mendapatkan Nomor Porsi haji tabungan nasabah harus Rp.25.050.000.
  - 6) Maka nasabah langsung bisa mendapatkan nomor porsi dari Departemen Agama.
  - 7) Antrian Untuk dapat naik haji minimal 18 tahun setelah mendapat nomor porsi haji.
  - 8) Antrian dapat berkurang tergantung kebijakan dari departemen Agama RI.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan syarat-syarat dalam pembukaan tabungan haji seperti KTP, pas Foto, NPWP, usia



minimal 12 tahun dan setoran untuk mendapatkan nomor porsi haji sebesar Rp.25.050.000.<sup>20</sup>

c. Fasilitas Tabungan Haji BRI Syariah antara lain:

- 1) Aman ,karena diikutsertakan dalam program penjaminan.
- 2) Dapat bertransaksi diseluruh kantor cabang BRI dan menggunakan aplikasi SISKOHAT (sistem komputerisasi haji terpadu).
- 3) Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan.
- 4) Gratis biaya administrasi bulanan.
- 5) Bagi hasil kompetitif.
- 6) Pembagian zakat otomatis dari bagi hasil yang anda dapatkan.
- 7) Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu.
- 8) Tidak diberikan kartu ATM.<sup>21</sup>

d. Syarat dan Ketentuan Tabungan Haji

Ketentuan umum :

- 1) Tabungan dikelola dengan prinsip *mudharabah muthlaqah*.
- 2) Tabungan diperhitungkan untuk pemilik dana atau shahibul mall perorangan.
- 3) Bank akan memberikan buku tabungan atas nama pemilik dana.
- 4) Apabila pemilik buku tabungan hilang maka harus segera melaporkannya ke bank dengan menyerahkan surat keterangan hilang dari kepolisian.

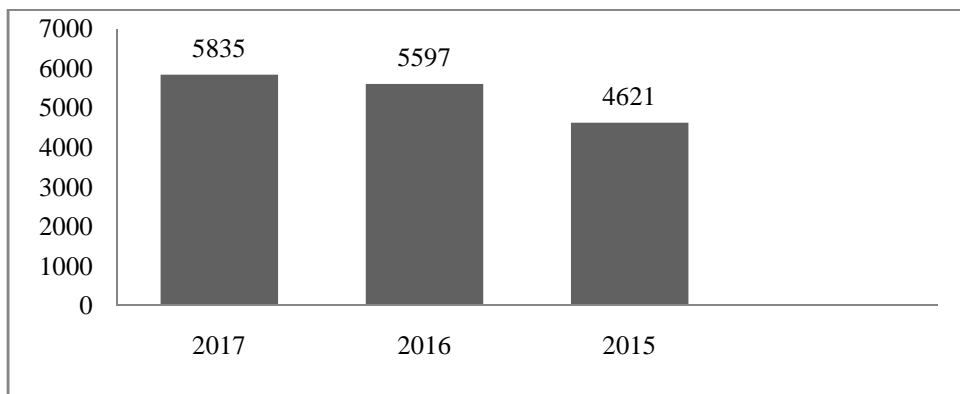
---

<sup>20</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Subli selaku Manajer Operasional BRI Syariah KC.Tanjung Karang 30 Januari 2017

<sup>21</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dwi Utari selaku CS di BRI Syariah KC.Tanjung Karang 9 Maret 2017

- 5) Apabila terdapat perbedaan saldo pada buku tabungan dengan saldo yang tercatat pada pembukuan bank, maka yang dipergunakan adalah saldo yang tercatat pada pembukuan bank.
- 6) Apabila nasabah meninggal dunia, saldo tabungan beserta bagi hasil akan dibayarkan kepada ahli waris yang sah yang dibuat oleh pejabat yang berwenang.
- 7) Segala penyalahgunaan dan kerugian buku tabungan dalam bentuk apapun menjadi sepenuhnya tanggung jawab pemilik dana.<sup>22</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami bahwa ketentuan yang harus diketahui oleh nasabah dan ditaati seperti sistem bagi hasil yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*, dan apabila mengalami kehilangan buku tabungan nasabah harus segera melaporkan kepada pihak bank agar dapat segera dilakukan penggantian buku tabungan.



**Gambar 1.**  
Data Tabungan Haji dari Tahun 2015 sampai dengan tahun 2017

<sup>22</sup> Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Dwi Utari selaku CS di BRI Syariah KC. Tanjung Karang 9 Maret 2017

Berdasarkan grafik di atas, terlihat jelas bahwa jumlah nasabah tabungan Haji BRI Syariah KC Tanjung Karang di tahun 2015 sampai dengan tahun 2017 mengalami peningkatan yang pesat. Dimana dalam tahun 2015 sampai dengan 2016 mengalami kenaikan sebesar 976 nasabah Tabnungan Haji. Kemudian pada tahun 2016 sampai bulan maret 2017 mengalami kenaikan sebesar 238 yang dimana itu baru bulan ketiga ditahun 2017.

e. Alur Pendaftaran dan Pembayaran Setoran Awal BPIH

- 1) Nasabah calon jemaah haji ke bank buka rekening tabungan haji.
- 2) Membawa copy KTP dan uang setoran awal tabungan (min. Rp. 50.000).
- 3) Melakukan penyetoran dana ke tabungan haji, bertahap sesuai kemampuan.
- 4) Apabila saldo tabungan haji sudah cukup untuk pendaftaran haji (min. Rp. 25 juta), maka nasabah diminta untuk melakukan pendaftaran haji ke kemenag Kab/Kota sesuai domisili.
- 5) Nasabah ke Kemenag membawa buku tabungan haji, KTP, KK, surat domisili, surat keterangan sehat, pas photo.
- 6) Kemenag Kab/Kota akan mengeluarkan Surat Pendaftaran Pergi Haji (SPPH).
- 7) Teller menginput kode pendaftaran nasabah sesuai SPPH dan memindahbukuan saldo tabungan haji nasabah ke rekening Mentri Agama sebesar Rp. 25 juta.
- 8) CS mengeluarkan print out bukti setoran BPIH awal.

f. Alur Penyetoran Lunas BPIH

Penetapan oleh pemerintah tentang calon jemaah yang berhak berangkat pada tahun berjalan dan besarnya setoran BPIH

- 1) Calon jemaah haji ke bank membawa bukti setoran BPIH awal dan uang Pelunasan haji.
- 2) Menyetorkan kekurangan setoran BPIH ke tabungan haji yang bersangkutan.
- 3) Bank menginput pelunasan nasabah
- 4) Sistem akan memindahkan bukukan saldo tabungan haji nasabah ke rekening Menteri Agama sebesar kekurangannya.
- 5) Sistem akan mengeluarkan print out “Bukti Setoran BPIH Lunas” an. Nasabah dengan form rangkap 5.
- 6) Nasabah lapor ke Kemenag Kab/Kota.
- 7) Menunggu pengumuman keberangkatan.
- 8) Melakukan manasik.
- 9) Periksa kesehatan.

g. Alur Pembatalan Setoran BPIH

- 1) Nasabah calon jemaah haji atau ahli waris mengajukan surat permohonan batal ke Kemenag setempat dengan disertai dokumen yang dipersyaratkan, antara lain: surat permohonan pembatalan dan pengembalian BPIH (bermaterai) dari yang bersangkutan atau ahli waris (jika wafat), bukti BPIH lembar pertama (asli), foto copy KTP,

surat keterangan ahli waris dari Kelurahan diketahui oleh Camat (jika wafat), surat keterangan kematian (jika wafat),

- 2) Kemenag Kab/Kota memeriksa kelengkapan data pembatalan Nasabah dan meneruskan ke Kemenag Provinsi,
- 3) Kemenag provinsi memeriksa dan meneruskan surat pembatalan Kemenag pusat,
- 4) Kemenag pusat memproses permohonan batal, membatalkan no. Porsi, bendahara BPIH memerintahkan BPS BPIH pengelola rekening untuk mentransfer dana BPIH ke calon jemaah haji yang bersangkutan,
- 5) BPS BPIH pusat akan mendebet rekening Kemenag, membayarkan setoran BPIH batal nasabah melalui tabungan haji yang bersangkutan.

### **C. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Yang Di Lakukan di BRI Syariah**

Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRI Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran yakni dengan menggunakan 4P yaitu *Place* (tempat), *Product* (produk), *Price* (harga) dan *Promotion* (promosi), yang dijabarkan sebagai berikut:<sup>23</sup>

#### **a. *Place* (Tempat)**

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, BRI Syariah KC T anjung Karang memilih tempat di pusat kota Bandar Lampung, tepatnya di Jl. Jendral

---

<sup>23</sup> Wawancara dengan BOS BRI Syariah KCP Bandar Jaya 9 Maret 2017

Sudirman No.21 Enggal Bandar Lampung. Pemilihan lokasi ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya:

- 1) Jl. Jendral Sudirman No.21 Enggal Bandar Lampung merupakan pusat kota di Bandar Lampung.
- 2) Aksesnya yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.
- 3) Tepat berada di depan jalan raya, sehingga keberadaan kantor mudah dilihat oleh nasabah dan calon nasabah.
- 4) Dekat dengan pusat perbelanjaan seperti Chandra, Glael dan juga Gramedia.

Selain dari pemilihan lokasi yang tepat, BRI Syariah KC Tanjung Karang juga mendesain kantor tempat bertransaksi secara langsung dengan nasabah sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern. Hal ini terlihat dari desain ruangan yang modern, namun membawa nuansa nyaman. Sehingga, diharapkan nasabah merasa nyaman dengan situasi dan kondisi kantor yang bersih dan modern.

b. *Product* (Produk)

Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syari'ah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional, perbedaan utama terletak pada akad dan prinsip syari'ahnya. Adapun kelebihan produk Tabungan Haji di BRI Syariah adalah :

- 1) Setoran awal ringan mulai Rp 50.000,-

- 2) Setoran berikutnya minimal Rp 10.000,-
  - 3) Bebas setiap saat menambahkan saldo.
  - 4) Gratis biaya administrasi bulanan.
  - 5) Dapat bertransaksi di seluruh jaringan Kantor Cabang BRI Syariah secara *online*.
  - 6) Gratis Asuransi jiwa dan kecelakaan.
  - 7) Bagi hasil yang kompetitif.
  - 8) Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapatkan.
  - 9) Transaksi *Online* dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji.
  - 10) Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji.
  - 11) Dapat dibukakan untuk anak-anak.
  - 12) Tersedia pilihan ibadah Haji Reguler dan Haji Khusus untuk mendapatkan porsi keberangkatan
- c. *Price* (Harga)

Penentuan harga jual baik berupa akad maupun minimal setoran awal, saldo minimal mengendap serta biaya-biaya yang berkaitan dengan produk tabungan, ditentukan oleh BRI Syariah pusat. Jadi, sama halnya dengan penentuan produk yang ditawarkan, BRI Syariah cabang maupun cabang pembantu hanya menyesuaikan kebijakan dari pusat.

d. *Promotion* (Promosi)

Produk tabungan Tanbungan Haji BRI Syariah diperkenalkan kepada masyarakat umum dan khususnya masyarakat Bandar Lampung

yaitu Tanjung Karang serta sekitarnya, yaitu menggunakan beberapa saluran promosi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Promosi secara langsung yang digunakan antara lain dengan *personal selling*, yaitu menawarkan langsung kepada calon nasabah yang ingin membuka rekening tabungan haji, baik oleh *customer service* (CS) atau pun oleh Account Officer (AO).<sup>24</sup> Selain itu ada beberapa cara yang dilakukan oleh PT. BRI Syariah KC. Tanjung Karang yaitu:

1) Mobil ATM

Dengan menggunakan Mobil ATM yang ada di BRI Syariah dengan cara mendatangi pasar-pasar, sekolah-sekolahan serta universitas yang ada di sekitarnya. Dengan adanya mobil atm yang mendatangi lokasi-lokasi yang telah ditentukan oleh pihak BRI Syariah dapat mempermudah nasabah untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji dan juga melakukan penyetoran tunai, serta pembayaran SPP.

2) *Open Table*

Dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji yang ada di BRI Syariah KC. Tanjung Karang dengan melakukan *Open Table* di Bundaran Gajah-Bandar Lampung. Yang mana acara ini dilakukan di setiap akhir pekan tepatnya hari minggu dengan diadakannya acara *Car Free Day* (CFD). Dengan diadakannya *open table* ini semakin besar kesempatan BRI Syariah dalam

---

<sup>24</sup> *Ibid.*



memperkenalkan kepada masyarakat tentang produk BRI Syariah yang telah ada.<sup>25</sup>

### 3) Melakukan Serbu Pasar

Dengan melakukan serbu pasar, dimana serbu pasar tersebut merupakan kunjungan langsung kepasar dan menawarkan produk-produk yang ada di BRI Syariah atau mengenalkan langsung kepada masyarakat yang ada di pasar. Sasaran utama dalam melakukan serbu pasar adalah para pedagang yang kemungkinan lebih besar peluang untuk pembukaan tabungan haji.<sup>26</sup>

Sedangkan promosi yang secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

#### 1) Pemasangan *Banner*

Hasil praktek langsung yang dilakukan oleh penulis, dengan melakukan pemasangan *Banner* di Masjid, di toko-toko, di rumah makan dapat membuat nasabah menjadi lebih mengenal produk Tabungan Haji di BRI Syariah yang mana dapat membuat peningkatan jumlah nasabah tabungan Haji yang ada di BRI Syariah KC.Tanjung Karang. Seperti pemasangan *Banner* di Masjid Sarbini yang terletak di Jl. Arjuna, Bandar Lampung dan masjid dilakukan oleh penulis.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Hasil dari penelitian langsung di BRI Syariah KC.Tanjung Karang, 12 Febuari 2017

<sup>26</sup> Hasil praktik lapangan bersama tim Marketing BRI Syariah KC. Tanjung Karang di Pasar Tugu

<sup>27</sup> Hasil penelitian langsung di BRI Syariah KC.Tanjung Karang, 13 Maret 2017

2) Melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Website*.

Dengan menggunakan media masa sebagai alat bantu untuk melakukan promosi terhadap produk Tabungan Haji yang ada di BRI Syariah KC.Tanjung Karang lebih luas lagi kesempatan yang akan diperoleh, dikarenakan lebih luas pangsa pasarnya sehingga lebih banyak juga masyarakat yang tau akan Tabungan Haji yang ada di BRI Syariah tersebut. Sehingga secara otomatis akan membuat peningkatan terhadap jumlah nasabah di BRI Syariah KC Tanjung Karang. Sedangkan promosi yang secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara, seperti penyebaran brosur, dan pemasangan banner. Selain itu, melalui kantor pusatnya juga melakukan promosi dengan beberapa hal seperti iklan melalui media elektronik ataupun cetak, serta adanya website BRI Syariah, yaitu [www.BRISyariah.co.id](http://www.BRISyariah.co.id) yang memuat tentang seluk beluk BRI Syariah mulai dari produk, keunggulan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan BRI Syariah.<sup>28</sup>

Strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting, selain dengan menggunakan prinsip 4P tersebut PT. BRI Syariah KC Tanjung Karang juga melakukan strategi pemasaran dengan cara antara lain:

---

<sup>28</sup> *Ibid.*

a. Melakukan Kerjasama dengan KBIH di Lampung dan Lembaga-Lembaga

1) Kerjasama dengan KBIH

Penyaluran nasabah tabungan haji dari pihak KBIH. Dari pihak BRI Syariah menampung seluruh nasabah tabungan haji yang berasal dari pihak KBIH.

Antara KBIH dengan BRI Syariah melakukan kerjasama dalam penjualan real untuk mendapatkan SAR dengan harga kompetitif sehingga semakin besar dan juga melakukan penjualan Real melalui KBIH.

2) Kerjasama dengan travel

Dengan melakukan penyaluran bridging finance kepada biro travel sehingga mempermudah nasabah dalam perjalanan ke tanah suci. Kemudian juga melakukan penjualan real tetapi khusus untuk KC Devisa melalui biro travel. Untuk mempermudah transaksi nasabah dalam melaksanakan ibadah haji, dengan melakukan kerjasama pembiayaan umrah dan haji sehingga dapat membantu nasabah dalam pembiayaan.<sup>29</sup>

3) Pengoptimalan *Customer Service* (CS)

Promosi yang dilakukan dari keunggulan produk tabungan Haji, harus juga didukung oleh karyawan BRI Syariah KC Tanjung Karang, salah satunya adalah dari *Customer Service* (CS). Karena, CS merupakan salah satu *front liner* yang berhadapan langsung dengan

---

<sup>29</sup> Hasil wawancara dengan ibu Sari selaku *Funding Officer* Di BRI Syariah KC.Tanjung Karang tanggal 8 Maret 2017

nasabah maupun calon nasabah yang ingin mengetahui produk tabungan Haji BRI Syariah maupun produk yang lain. CS diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah maupun calon nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup. Sehingga, dapat memberikan penjelasan dan pemahaman kepada nasabah yang akan dipadu dengan sistem pelayanan yang ada.

Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain mengenai pelayanan yang unggul, dan diharapkan citra BRI Syariah KC Tanjung Karang akan semakin meningkat serta lebih banyak yang memilih untuk membuka rekening tabungan Haji di BRI Syariah.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dwi Utari selaku CS Di BRI Syariah KC.Tanjung Karang tanggal 21 Maret 2017

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Adapun kesimpulan dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang dilakukan dengan menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni dengan menggunakan 4P yaitu *Place* (tempat), *Product* (produk), *Price* (harga) dan *Promotion* (promosi).

*Place* (tempat) dilakukan dengan pemilihan tempat pemasaran yang tepat yakni letak kantor dan pemasaran yang strategis. *Product* (produk) dilakukan dengan menawarkan produk berdasarkan syariah Islam yang terbebas dari riba. *Price* (harga) dilakukan dengan menawarkan setoran bulanan minimal dan terjangkau masyarakat umum. *Promotion* (promosi) dilakukan dengan melakukan promosi yang bervariasi mengikuti perkembangan jaman dan lebih mudah untuk dikenal masyarakat, promosi langsung dilakukan dengan Mobil ATM, *Open Table* (melakukan kegiatan khusus seperti *Car Free Day* (CFD) di hari libur), serbu pasar. Sedangkan promosi tidak langsung dilakukan dengan pemasangan *banner* (spanduk), media sosial (*facebook, instagram, website*).

Selain menggunakan prinsip 4P juga dilakukan dengan melakukan kerjasama dengan KBIH dan lembaga seperti travel haji dan umroh. Strategi lain juga diterapkan dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan Haji BRI Syariah iB di BRI Syariah KC Tanjung Karang yaitu dengan mengoptimalkan *Customer Service* (CS).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan, maka saran yang diberikan kepada BRI Syariah KC Tanjung Karang dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji Bri Syariah iB di BRI Syariah KC.Tanjung Karang agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip kepada syariat islam.

Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan Haji kepada masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan *skill marketing* melalui pendidikan marketing dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011, Cet. 1
- Adiwarman A. Karim, *Babk Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014
- Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011
- Achmad Basuki, *Teknik Wawancara*, Departemen Teknologi Multimedia Kreatif: Politeknik Elektronika Negeri Surabaya, 2014
- Departemen Agama Kementerian RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Syamil Cipta Media, 2004
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016
- Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Perbankan Syari'ah*, Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 2014
- M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung :Alfabeta, 2012
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009
- Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Indonesia: Erlangga, 2008
- S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006
- Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012
- Suraya Murcitaningrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pruden Media, 2013, Cet. I



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47295;  
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-158a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

Kepada Yth:

Dr. Suhairi, S.Ag, MH

di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Yuliawati  
NPM : 14123648  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Bri Syariah Ib Di Bri Syariah Kc. Tanjung Karang

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir. Pembimbing mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir mahasiswa.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/8 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/8 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/8 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum

NIP. 197209232000032002





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

Jalan K. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
 Website: www.metroiniv.ac.id; email: iainmetro@metroiniv.ac.id

**PENUNJUKAN TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-419/In.28/FEBI/PP.00.9/6/2017

- : Yuliawati
- : 14123648
- : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
- : Kampus II (E7.1.1)
- : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji BRI Syariah IB Di BRI Syariah KC. Tanjung Karang

HARI/TANGGAL	WAKTU	KETUA/MODERATOR	PENGUJI	SEKRETARIS	PETUGAS
Selasa, 04 Juli 2017	08.00 - 10.00 WIB	Dr. Suhairi, S.Ag., M.H	1. Nety Hermawati, S.H., M.A., M.H 2. Rina El Maza, M.S.I	Aisyah Sunarwan, M.Pd	Alva Yénica Nandavita, M.E.Sy

ALOKASI WAKTU		ASPEK YANG DIUJI / PENILAIAN
Ketua	Maks. 30 menit	Penampilan & Pembelaan
Penguji 1	Maks. 50 menit	Penguji 1 Metode, Relevansi & Penguasaan Materi
Penguji 2	Maks. 40 menit	Penguji 2 Kesungguhan dalam Bimbingan & Penguasaan Materi

Metro, 21 Juni 2017



- Agenda:
1. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
  2. Wakil Dekan I
  3. Wakil Dekan II
  4. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
  5. Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
  6. Wisip



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;  
Website [www.metro.univ.ac.id](http://www.metro.univ.ac.id); email: [lainmetro@metro.univ.ac.id](mailto:lainmetro@metro.univ.ac.id)

Nomor : B-158a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

Kepada Yth:  
Dr. Suhairi, S.Ag, MH  
di - Metro

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Yuliawati  
NPM : 14123648  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)  
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji Bri Syariah Ib Di Bri Syariah Kc. Tanjung Karang

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir. Pembimbing mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir mahasiswa.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Dekan,

*[Signature]*  
Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum  
NIP. 197209232000032002

## **OUTLINE**

### **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARI'AH iB DI BRI SYARI'AH KC.TANJUNG KARANG**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
  - 1. Tujuan Penelitian
  - 2. Manfaat Penelitian
- D. Metode Penelitian
  - 1. Jenis dan Sifat Penelitian
  - 2. Sumber Data
- E. Teknik Pengumpulan Data

F. Teknik Analisis Data

G. Sistematika Pembahasan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Bank Syari'ah

1. Pengertian Bank Syari'ah
2. Landasan Bank Syari'ah
3. Produk-Produk Bank Syari'ah

B. Tabungan Mudharabah

1. Pengertian Tabungan Mudharabah
2. Fatwa Tentang Tabungan Mudharabah

C. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)
3. Segmentasi Pasar
4. Konsep Pemasaran
5. Fungsi Pemasaran

## **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum BRI Syariah KC Tanjung Karang

1. Sejarah Berdirinya Bank BRI Syariah
2. Visi dan Misi
3. Struktur Organisasi
4. Produk-Produk Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang

B. Tabungan Haji

C. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan

Haji Yang Di Lakukan di BRI Syariah

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

Pembimbing

Metro, Mei 2017  
Mahasiswa

**Dr. Suhairi, S.Ag., M.H.**  
NIP. 19721001 199903 1 003

**Yuliawati**  
NPM. 14123648

## BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

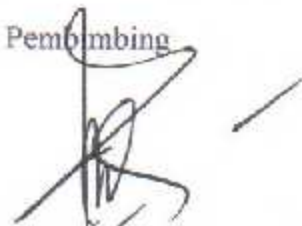
B. Saran

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Metro, Mei 2017

Pembimbing



Dr. Suhairi, S.Ag, MH  
NIP. 19721001 199903 1 003

Penulis



Yuliawati  
NPM. 14123648

## SURAT KETERANGAN

Assalamuallaikum wr. wb.,



Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUBLI  
Jabatan : Manager Operational  
PT. BANK BRISyariah KC Tanjungkarang  
Jl. Jend. Sudirman No.21, Enggal, Bandarlampung

dengan ini menerangkan :

Nama : YULIAWATI  
NPM : 14123648  
Universitas : IAIN METRO  
Tempat / Tgl Lahir : Kalibening, 21 Mei 1996  
Alamat : 36 Kalibening, Kecamatan Pekalongan  
LAMPUNG TIMUR

adalah benar telah mengikuti Program Magang di BRISyariah KC Tanjungkarang Sejak 25 Januari 2017 s/d 21 April 2017 dengan Nilai Sangat Memuaskan.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamuallaikum wr.wb.,

**PT. BANK BRISYARIAH  
KC - TANJUNGGARANG**



**SUBLI**

Manager Operational

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK TABUNGAN HAJI BRISYARIAH IB DI BRI SYARIAH KC.TANJUNG KARANG

#### A. Wawancara dengan karyawan Bank BRISyariah KC.Tanjung Karang

1. Apa saja produk yang ditawarkan Bank BRISyariah KC.Tanjung Karang ?
2. Apa pengertian dari Tabungan Haji ?
3. Apa saja persyaratan pembukaan Tabungan Haji ?
4. Apa saja Syarat-Syarat Penentuan Nomor Porsi Haji ?
5. Apa saja Fasilitas Tabungan Haji BRISyariah?
6. Berapakah jumlah Tabungan Haji dari Tahun 2015 sampai dengan tahun 2017.
7. Berapa ketentuan dana untuk awal pembukaan Tabungan Haji ?
8. Apa saja yang dilakukan oleh pihak Bank dalam mempromosikan Tabungan Haji ?

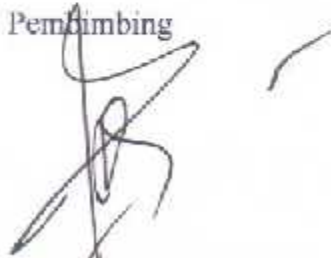


Dokumentasi

1. Sejarah Berdirinya DI BRISyariah KC.Tanjung Karang
2. Struktur Organisasi DI BRISyariah KC.Tanjung Karang
3. Visi Dan Misi DI BRISyariah KC.Tanjung Karang

Metro, Juni 2017

Pemfimbing



Dr. Suhairi, S.Ag.MH  
NIP. 19721001 199903 1 003

Peneliti



Yulawati  
NPM. 14123648



**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  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Yulawati**  
NPM : 14123648

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS  
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 2/5-17	- Data Dulu Dulu LBM & Magalah Hj produk tsb - Sumber Data Standar Dipilih - Ace out line	

Dosen Pembimbing I

**Dr. Suhairi, S.Ag.MH**

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Yulawati**

NPM. 14123648



**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  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Yulawati**  
NPM : 14123648

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS  
Semester / TA : VIII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 15/8-17	✓	- <del>ADA</del> Bab IV-Y - <del>ADA</del> Motto & Abstrak Jajalah. Cobaan Coba	

Dosen Pembimbing

**Dr. Sulhairi, S.Ag.MH**

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Yulawati**

NPM. 14123648



**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  
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Yulawati**  
NPM : 14123648

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS  
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 16/15	✓	- Out Line Dpa - Galeri kesana Cassan - LBM Dpa perput problek aladend - Perayaan perkelamin Dpa ke - Tujuan & manfaat Dpa ke. - Sumber data Dpa ke.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

**Dr. Suhatri, S.Ag.MH**

NIP. 19721001 199903 1 003

**Yulawati**

NPM. 14123648



**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  
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Yulawati**  
NPM : 14123648

Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**  
Semester / TA : **VI / 2016-2017**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing 1	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 12/06/17	✓	Ada Bab I, Langsung - penulisan Bab II - IV, segera Ditanyakan	

Dosen Pembimbing 1

**Dr. Suhairi, S.Ag.MH**

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Yulawati**

NPM. 14123648



**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  
Telp.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

Nama : **Yulawati**  
NPM : 14123648

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS  
Semester / TA : VIII /2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 13/16-17	✓	- Pembahasan Kerangka & Consentya Dpa- Ganda. Ganda Cipta  - Deskripsi Dpa- Ganda Cipta	

Dosen Pembimbing

**Dr. Suhairi, S.Ag. MH**

NIP. 19721001 199903 1 003

Mahasiswa Ybs,

**Yulawati**

NPM. 14123648



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pustaka.metrouniv.ac.id; e-mail: pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-740/In.28/S/OT.01/06/2017**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : YULIAWATI  
NPM : 14123648  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 14123648.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 19 Juni 2017  
Kepala Perpustakaan



  
Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd.  
NIP. 195308311981031001







Gadai  
BRISyariah iB



Anda Butuh Dana Mendesak dan Cepat,  
untuk kebutuhan :

- ✓ Renovasi rumah
- ✓ Pendidikan anak
- ✓ Pernikahan anak
- ✓ Pengembangan usaha
- ✓ Biaya per gobatan
- ✓ Dll

Gadai Emas BRISyariah kini hadir kembali  
Dapatkan Harga Laksir dan  
biaya titip yang lebih kompetitif

**Syarat mudah, proses cepat**

Gadai BRISyariah iB Pilihan tepat penub manfaat  
Hubungi kami sekarang juga



Bersama Wujudkan Harapan Bersama  
CALL 018-540-789  
www.brisyariah.com.my



BRISyariah  
089539998



Layanan  
Syariah



Tabungan Faedah BRISyariah iB



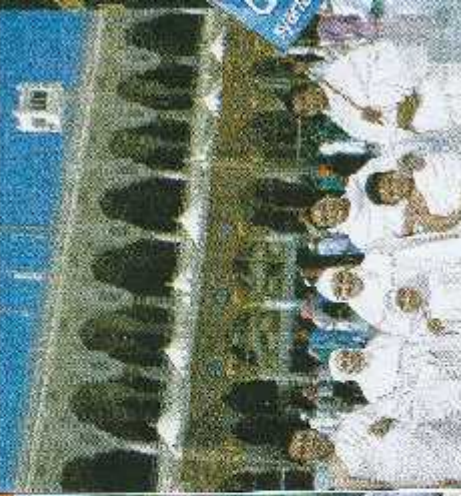
Bersama Wujudkan Harapan Bersama



Tabungan Haji  
BRISyariah iB



Mewujudkan Langkah Terbaik  
Menyempurnakan Ibadah

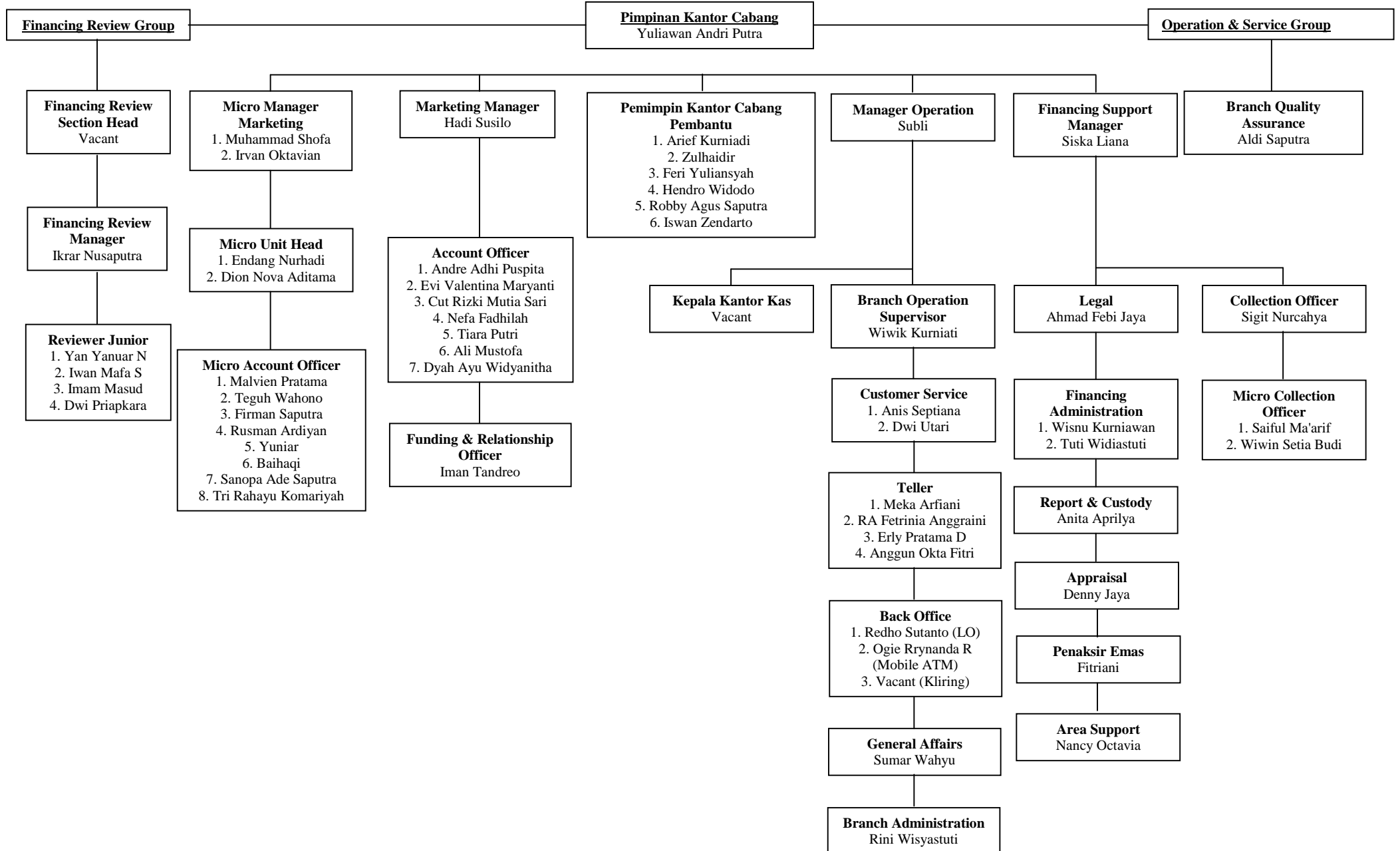


Buka Tabungan Haji BRISyariah iB dan dapatkan  
berbagai kemudahan bagi Anda:

- Selamat datang kembali ke BRISyariah
- Cipta biaya haji murah bermula dari RM2,000
- Kami hadir untuk patut dan penitipan zakat secara automatik
- Ganti simpanan haji dengan dekadun
- Transaksi online dengan SSIQ-HAJI (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kecairan sosial keberangkatan haji
- Terselesa tilikan Badan Haji Reguler (BR 25-1) dan Haji Khusus (18P-4-006) untuk memperolehi insurans keberangkatan

Membantu anda mencapai BRISyariah  
BRISyariah iB  
BRISyariah iB  
BRISyariah iB

# Struktur organisasi Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang





## Riwayat hidup



Penulis dilahirkan di Kalibening pada tanggal 21 Mei 1996, anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Sumijan dan Purwanti.

Pendidikan Dasar penulis di tempuh di Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Kalibening dan selsai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Pekalongan selsai pada tahun 2011, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Sma Negeri 1 Pekalongan selesai pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Program studi D3-Perbankan Syariah yang dimulai tahun 2014.