

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR
MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH
MANDIRI KC BANDAR JAYA**

Oleh :

**DESI FITRIANA
NPM.1602100099**



**Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2020 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR
MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH
MANDIRI KC BANDAR JAYA**

Diajukan untuk memenuhi Tugas dan memenuhi sebagian syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

DESI FITRIANA
NPM. 1602100099

Pembimbing I : Nizaruddin, S.Ag.,MH
Pembimbing II : Nawa Angkasa, SH.,MA

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H/2020 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan Munaqosyah Skripsi
Saudari Desi Fitriana**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Metro
Di_ Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka Skripsi saudara:

Nama : Desi Fitriana
NPM : 1602100099
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK
SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Metro, 12 Juni 2020

Pembimbing I,



Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP.197403021999031001

Pembimbing II,



Nawa Angkasa, SH, MA
NIP.196710252000031003

HALAMAN PERETUJUAN

Judul Skripsi : **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK
SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA**

Nama : Desi Fitriana
NPM : 1602100099
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam (IAIN) Metro.

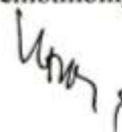
Metro, 12 Juni 2020

Pembimbing I,



Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP.197403021999031001

Pembimbing II,



Nawa Angkasa, SH,MA
NIP.196710252000031003



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) 47296, Website: www.metroainiv.ac.id, e-mail: ainiv@metroainiv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B.1911 / ln.28.3 / D / PP.009 / 06 / 2020.

Skripsi dengan judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA, disusun Oleh: Desi Fitriana, NPM.1602100099, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jum'at, 19 Juni 2020.

TIM PENGUJI

Ketua/Moderator : Nizaruddin S.Ag.,M.H
Penguji I : Zumaroh, M.E.Sy
Penguji II : Nawa Angkasa SH.,MH
Sekretaris : Enny Puji Lestari M.E.Sy



Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA

Oleh:
Desi Fitriana
NPM 160210099

Bank Syariah adalah sebagai tempat mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, selain itu bank juga memberikan jasa-jasa keuangan dan pembayaran pembiayaan lainnya kepada masyarakat. Semakin banyaknya lembaga perbankan di Indonesia akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar bank. Hal ini lah yang menuntut bank untuk melakukan inovasi-inovasi pada produk-produknya dan memilih strategi pemasaran yang tepat guna menarik minat nasabah.

Salah satu inovasi produk pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya adalah Produk Tabungan Mabrur melalui Program ABATANA. Tabungan Mabrur melalui Program ABATANA ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Tabungan Mabrur melalui Program ABATANA merupakan suatu bentuk tabungan yang menggunakan sistem *autodebet* dari Tabungan BSM ke Tabungan Mabrur secara rutin setiap bulan dengan pembebasan biaya *Standing Instruction* (SI).

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan melakukan analisis data secara deskriptif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yakni analisis data kualitatif, karena data yang didapat berupa uraian-uraian atau keterangan-keterangan yang didapat dari kegiatan wawancara. Analisis data tersebut menggunakan cara berfikir induktif yaitu berangkat dari informasi tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum tentang upaya peningkatan minat nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya pada Produk Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA melalui strategi pemasaran.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya terhadap Produk Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA, yaitu di implementasikan menggunakan analisa *marketing mix* atau bauran pemasaran 6P : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), dan *process* (proses). Produk Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA ini dipasarkan melalui semua pegawai bank.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Fitriana
NPM : 1602100099
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Juni 2020

Yang Menyatakan

METERAI
TEMPEL
03905AHF404955120
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Desi Fitriana
NPM. 1602100099

MOTTO

.....إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا

فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَّالٍ ﴿١١﴾

Artinya: “.....Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS. Ar-Ra’d: 11)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah peneliti ucapkan kepada-Mu ya Rabb Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur tak terhingga atas Rahmat yang telah di anugerahkan Allah SWT., hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Shalawat serta salam peneliti lantunkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. yang mengajarkan peneliti untuk mempunyai kemauan dan semangat dalam mencari ilmu, maka dengan cinta dan ketulusan hati karya ini saya persembahkan kepada :

1. Ibunda tercinta Wonti dan Ayahanda Katiman, yang telah mendidik saya dari kecil hingga sekarang dengan penuh kasih sayang serta selalu mendukung dan mendoakan tiada henti untuk kesuksesan saya. Terimakasih atas seluruh kasih sayang, ilmu, dukungan, serta doa yang telah diberikan.
2. Adikku Nur Mala Sari, terimakasih selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa kepada saya agar segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga yang selalu mendoakan dan menyemangati saya. Terimakasih atas doa dan semangatnya.
4. Para sahabatku Shella Yuliana, Serli Masahul Khoiriyah, Navidatul Illa, Dwi Sri Rahayu, Adek Nurjanah, Windi Oktaviani, Alistia Silviana, Aulia Sabria, terimakasih karena kalian telah menjadi sahabat terbaikku dan selalu mendukungku dalam segala hal. Terimakasih atas doa dan semangatnya.
5. Sahabat-sahabat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016 terutama kelas E, terimakasih selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
6. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, sebagai salah satu dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S1) Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Nizaruddin, S.Ag.,MH selaku pembimbing I dan Bapak Nawa Angkasa, SH.,MA selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Para Pegawai Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yang telah membantu dan memberikan data yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Pada akhirnya peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah.

Metro, Juni 2020



Desi Fitriana
NPM. 160210099

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Pengertian Pemasaran	10
3. Strategi Pemasaran	10
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
B. Tabungan Haji	18
1. Pengertian Haji.....	18
2. Pengertian Tabungan Haji.....	19
3. Akad Tabungan Haji	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Sifat Penelitian.....	23
B. Sumber Data	24
1. Sumber Data Primer.....	24
2. Sumber Data Sekunder	25
C. Teknik Pengumpulan Data.....	26
1. Wawancara.....	26
2. Dokumentasi	28
D. Teknik Analisa Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	33
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.....	33
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.....	36
3. Produk Tabungan Mabror Program ABATANA Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.....	37
B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabror Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.....	41
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pembimbing Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Bebas Pustaka
7. Formulir Bimbingan Skripsi
8. Foto-Foto Penelitian
9. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum pengertian bank syariah adalah sebagai tempat mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat, selain itu bank juga memberikan jasa-jasa keuangan dan pembayaran pembiayaan lainnya kepada masyarakat. Produk-produk pada bank syariah menggunakan sistem prinsip bagi hasil dalam segala kegiatannya. Berbagai langkah dilakukan bank dengan tujuan menghimpun dana masyarakat yang salah satu caranya adalah dengan meningkatkan jumlah nasabah.¹

Semakin maju industri Perbankan suatu negara, maka persaingan antar bank akan semakin ketat, hal ini akan berdampak positif untuk produk-produk Perbankan. Nasabah akan ditawarkan dengan berbagai produk-produk terbaru yang semakin inovatif, variatif, dan setiap bank pasti akan menunjukkan keunggulan-keunggulan tersendiri dari produk yang ditawarkan untuk menarik minat masyarakat. Setiap bank-bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Dalam menawarkan produknya maka akan terjadi persaingan sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat.

¹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 2.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang perusahaan yang didalamnya memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan pemasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Disamping itu strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar.² Hal ini dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui dan tertarik pada produk atau jasa perbankan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.

Saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang membuka biro perjalanan haji, baik haji regular maupun haji plus. Begitu juga dengan perbankan syariah seperti Bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Bank Muamalat, Bank Danamon Syariah, dan Bank Syariah Mandiri yang sudah mengeluarkan produknya yaitu berupa BSM Tabungan Mabrur.³

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, cet. ke-7 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 168.

³ Hasil wawancara dengan Desma Afrianti, *Customer Service Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya*, 21 Oktober 2019.

Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya lebih dikenal masyarakat sebagai Bank Haji karena pelayanan pegawainya yang baik serta menyediakan fasilitas plus khususnya bagi nasabah tabungan mabrur. Salah satunya yaitu dengan adanya program ABATANA (Ayo Berhaji Aman dan Terencana) yaitu program *autodebet* dari rekening regular ke rekening mabrur dengan pembebasan biaya *Standing Instruction* (SI) khusus untuk nasabah Tabungan Mabrur dengan nominal dan jangka waktu sesuai keinginan nasabah. Program ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan saldo rata-rata tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Dengan adanya program ini diharapkan dapat membantu mendisiplinkan calon jamaah haji agar setiap bulannya secara rutin menabung sehingga dapat segera terdaftar di SSKOHAT dan dapat segera melakukan pemberangkatan ibadah haji sesuai dengan perencanaan

Dalam rangka untuk memasarkan serta meningkatkan nasabah produk Tabungan Mabrur melalui program ABATANA Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* dan juga melakukan kerjasama dengan beberapa KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), antara lain yaitu KBIH Mandiri Muhammadiyah Lampung Tengah, KBIH Bintang Sembilan di Bandar Mataram, dan KBIH Darusy Sya'adah di Gunung Sugih.⁴

⁴ Hasil wawancara dengan Desma Afrianti, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 21 Oktober 2019.

Meskipun sudah melakukan kerjasama dengan KBIH akan tetapi sejak Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya mengeluarkan program ABATANA pada awal tahun 2018 sampai Februari 2020, jumlah nasabah tabungan mabrur yang menggunakan program ABATANA baru berjumlah 160 nasabah. Sedangkan berdasarkan hasil survey diketahui bahwa jumlah nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya selama tiga tahun terakhir mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 jumlah nasabah Tabungan Mabrur sebanyak 1.117 nasabah, kemudian pada tahun 2018 mengalami peningkatan yaitu mencapai 1.634 nasabah, dan terakhir sampai pada Februari 2020 juga mengalami peningkatan menjadi 1.968 nasabah.⁵

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah maka peneliti mengambil pertanyaan penelitian yaitu “bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur melalui program ABATANA?”

⁵ Hasil wawancara dengan Fitri Mutia, *Back Office* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam meningkatkan minat nasabah Tabungan Mabrur melalui program ABATANA.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan serta menambah wawasan tentang strategi pemasaran Tabungan Mabrur melalui program ABATANA.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada pembaca dan penulis sendiri mengenai produk Tabungan Mabrur.

D. Penelitian Relevan

Peneliti telah melakukan tinjauan pustaka terhadap skripsi, dan yang melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran produk Tabungan Mabrur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya belum peneliti temukan. Namun ada beberapa penelitian yang hampir sama dan relevan diantaranya:

1. Desi Dwi Safitri, mahasiswi IAIN Metro dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Tabungan Haji Pada PT. BPRS Aman Syariah Sekampung”. Hasil penelitian ini ialah, ada beberapa prinsip strategi yang diterapkan PT. BPRS Aman Syariah Sekampung dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan Haji, yaitu diimplementasikan menggunakan analisa 4P, produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), promosi (*promotion*). Produk tabungan haji ini dipasarkan melalui *Account Officer* (AO). Aspek persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu meneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan Mabruur atau Haji, sedangkan aspek perbedaannya yaitu pada penelitian ini menggunakan konsep strategi pemasar 4P, sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang yaitu untuk meneliti strategi pemasaran Tabungan Mabruur melalui program ABATANA, dimana dalam penelitian ini menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* (bauran pemasaran).

2. Anisa Soleha, mahasiswi IAIN Metro, dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton Dalam Menarik Minat Nasabah”. Skripsi ini membahas mengenai strategi pemasaran produk tabungan mabruur yang dapat dilihat dari faktor internal dan eksternal. Skripsi ini lebih difokuskan membahas tentang analisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kedaton dalam menarik minat nasabah, antara lain yaitu, melakukan analisis terhadap konsep strategi pemasaran dan *marketing mix* 4P (*product*,

place, promotion, people. Dapat dipahami penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan, yaitu meneliti tentang strategi pemasaran produk tabungan mabrur, selanjutnya penelitian ini juga memiliki aspek perbedaan yang mendasar yaitu, penelitian ini membahas tentang analisis strategi pemasaran yang dalam menarik minat nasabah dan melihat seberapa jauh target yang sudah ditentukan telah tercapai, sedangkan penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur melalui program ABATANA yang menggunakan strategi bauran pemasaran.

3. Jepri Saputra, mahasiswa IAIN Metro, dalam skripsinya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan pada produk Tabungan Haji adalah pemasaran yang berbasis hubungan, pembukaan stand, penyebar brosur, dan didalamnya lebih menekankan edukasi berbasis spritual kepada masyarakat agar masyarakat lebih memahami kewajiban ibadah haji. Adapun aspek persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama ingin mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan untuk memasarkan produk tabungan haji. Sedangkan aspek perbedaannya yaitu dalam penelitian ini strategi pemasaran yang digunakan lebih

fokus dalam melakukan sosialisasi atau edukasi berbasis spiritual kepada masyarakat agar masyarakat lebih memahami kewajiban ibadah haji, hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk tabungan haji, sedangkan penelitian yang dilakukan sekarang yaitu untuk meneliti penerapan strategi pemasaran Tabungan Mabrur melalui program ABATANA yang menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* atau bauran pemasaran.

Dari ketiga penelitian relevan diatas, maka dapat diketahui bahwa permasalahan yang diteliti saat ini memiliki kajian yang berbeda, baik dari studi kasus, pokok bahasan, maupun hasil penelitian, serta fokus kajian yang berbeda pada tema-tema tertentu. Penelitian yang akan di kaji oleh peneliti lebih ditekankan pada apa saja strategi pemasaran produk BSM tabungan mabrur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya untuk meningkatkan jumlah nasabah mabrur yang menggunakan program ABATANA.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Menurut Kenneth R. Andrews strategi adalah suatu tindakan atau keputusan untuk merinci jangkauan bisnis yang menjadi target perusahaan serta untuk mencapai sasaran, maksud, dan tujuan sebuah perusahaan agar dapat berjalan dengan baik dan sesuai rencana.¹

Strategi adalah penentuan cara yang harus dilakukan secara maksimal agar memperoleh hasil yang optimal, efektif, dan dalam jangka waktu yang relatif singkat sehingga bisa dengan tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.²

Strategi merupakan suatu kelompok keputusan, tentang berbagai tujuan yang akan diupayakan dalam pencapaiannya, tindakan-tindakan apa yang perlu dilakukan, serta cara memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut.³

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa pengertian strategi adalah suatu cara atau rencana yang telah disusun secara sistematis oleh seseorang untuk mencapai suatu tujuan dan target yang telah ditetapkan dan diinginkan.

¹ Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 89.

² Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, cet. ke-5 (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 102.

³ Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship* (Jakarta: Kencana, 2004), 108.

2. Pengertian Pemasaran

American Marketing Association (AMA) telah menyatakan definisi pemasaran adalah suatu proses dalam merencanakan dan melaksanakan konsepsi, untuk menentukan harga (*pricing*), melakukan promosi, dan distribusi barang serta jasa dengan tujuan dapat menciptakan pertukaran antara penjual dengan konsumen yang diharapkan dapat memuaskan keinginan serta kebutuhan baik dari para individu maupun organisasi.⁴

Secara umum pemasaran adalah proses yang dilakukan oleh pihak pemasar untuk menawarkan sesuatu yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) konsumen secara optimal.⁵

Dari beberapa definisi diatas dapat dipahami bahwa pemasaran adalah suatu proses perpindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen atau semua kegiatan usaha yang bertujuan untuk menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk baik berupa barang maupun jasa yang dibutuhkan konsumen.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal. Strategi

⁴ Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2015), 7.

⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 6.

pemasaran mempunyai ruang lingkup yang luas dibidang pemasaran salah satunya adalah strategi dalam bersaing, dalam bersaing diperlukan kejelasan apakah perusahaan akan menemukan dirinya sebagai pemimpin, sebagai penantang atautkah sebagai pengikut. Perlu pula ketegasan langkah yang harus dilaksanakan sesuai dengan sifat dan bentuk pasar yang dihadapinya.⁶

Menurut Fandy Tjipto dan Gregorius Chandra, strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspansi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu.⁷

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai strategi pemasaran di atas, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah suatu cara atau penetapan sasaran yang menyeluruh dan terpadu, yang digunakan untuk mengembangkan kekuatan dalam memasarkan produknya agar dapat menarik minat konsumen dan untuk menghadapi para pesaing sehingga dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Secara umum bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara bersamaan antara elemen-elemen yang terdapat dalam *marketing mix* itu sendiri yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai *market share* yang

⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 230.

⁷ Fandy Tjipto dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik 2* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), 193.

telah ditetapkan dan digunakan untuk memuaskan konsumen.⁸ Jadi dapat dipahami bahwa *marketing mix* merupakan tahapan-tahapan yang diperlukan oleh perusahaan untuk membangun sebuah pemasaran yang efektif serta strategi-strategi untuk menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya dukungan dari elemen yang lain.

Marketing mix terdiri dari:

a. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dipasarkan untuk memenuhi permintaan konsumen. Produk harus memenuhi persyaratan dan ketentuan halal, yaitu tidak mengandung unsur riba dan maysir, bermoral, harus dalam kepemilikan yang sah, tidak menjual produk fiktif atau tidak jelas, serta harus sesuai antara kuantitas dan kualitasnya.⁹

Dalam perbankan agar produk dapat diterima oleh nasabah maka penciptaan produk haruslah mempunyai tingkat kualitas yang tinggi yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang dipasarkan harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk pesaing. Jika produk yang dimiliki lebih unggul dan memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan produk pesaing maka dapat meningkatkan penjualan, menimbulkan rasa bangga

⁸ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, cet. ke-2 (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), 67.

⁹ Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 162.

bagi nasabahnya, menimbulkan kepercayaan nasabah, menimbulkan kepuasan bagi nasabah, serta dapat memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.¹⁰

Jadi pada dasarnya produk adalah sekumpulan nilai kepuasan yang kompleks. Nilai sebuah produk ditetapkan oleh pembeli berdasarkan manfaat yang akan mereka terima dari produk tersebut.

b. *Price* (Harga)

Penetapan harga dilakukan setelah perusahaan memonitor harga yang di tetapkan pesaing agar harga yang ditentukan kompetitif, tidak terlalu tinggi dan sebaliknya. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan menentukan harga, antara lain seperti berapa tingkat presentase harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan, berapa tingkat presentase penurunan harga, biaya atau modal, harga yang ditetapkan oleh para pesaing, dan perubahan keinginan pasar.¹¹

Tujuan penentuan harga oleh suatu bank antara lain, yaitu untuk bertahan hidup, yakni menentukan harga semurah mungkin agar produk dan jasa yang ditawarkan laku dipasaran, misalnya margin untuk bagi hasil tabungan tinggi sedangkan bagi hasil pembiayaan rendah, tetapi dalam kondisi masih menguntungkan.

¹⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, cet. ke-11 (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 218.

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 15.

Selanjutnya yaitu untuk memaksimalkan laba dan untuk memperbesar *market share* dengan penentuan harga murah dan penentuan bagi hasil pendanaan yang lebih tinggi dengan tujuan meningkatkan jumlah nasabah dan untuk menarik minat nasabah pesaing agar beralih ke produk yang ditawarkan. Meningkatkan mutu produk dan menawarkan harga tidak lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing.¹²

Dapat dipahami bahwa penentuan harga oleh suatu bank memiliki beberapa tujuan, antara lain untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar *market share*, meningkatkan mutu produk, dan untuk menyesuaikan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing.

c. *Place* (Tempat)

Penentuan tempat atau lokasi kantor serta sarana prasarana pendukung sangat penting, agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Begitu pula sarana dan prasarana yang harus memberikan rasa aman dan kenyamanan kepada seluruh nasabah bank. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memilih dan menentukan lokasi suatu bank yaitu, dekat dengan jalan raya agar mudah dijangkau dengan berbagai transportasi, dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi

¹² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 229-230.

perumahan masyarakat, tersedia tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang diinginkan, dan mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di lokasi tersebut.¹³

Menentukan tempat atau lokasi merupakan elemen penting, penentuan lokasi dilakukan agar nasabah dapat dengan mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta sarana dan prasarana yang dimiliki harus memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah.

d. *Promotions* (Promosi)

Promosi merupakan proses yang dilakukan untuk memperkenalkan produk dengan kepada masyarakat dengan menggunakan cara tertentu, seperti promosi penjualan khusus, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan (*public relation*), dan pemasaran langsung agar produk dikenal banyak nasabah. Promosi sangat penting dalam membangun *image* produk yang mempunyai daya jual tinggi.¹⁴

Kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, penjualan pribadi (*personall selling*), promosi penjualan, dan publisitas. Iklan dapat dilakukan melalui berbagai media seperti pemasangan *billboard* di jalan-jalan yang strategis atau ditengah perkotaan, menyebarkan brosur baik di setiap cabang maupun pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi yang strategis,

¹³ *Ibid.*, 239.

¹⁴ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), 203.

pemberitahuan melalui koran, majalah, televisi, radio, media sosial, dan media lainnya.¹⁵

Promosi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan untuk memberitahu dan mempengaruhi masyarakat tentang produk yang dijual dengan tujuan agar produk yang dimiliki dapat diketahui oleh masyarakat luas dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk atau jasa tersebut.

e. *People* (Orang)

People yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan serta mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan, dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. *People* meliputi kegiatan untuk karyawan, mulai dari rekrutmen karyawan, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerjasama, serta pelanggan yang menjadi nasabah maupun calon nasabah. pelanggan atau rekan yang terlibat dalam kegiatan dan menyampaikan produk jasa.¹⁶

Dalam perbankan memberikan pelayanan secara maksimal oleh karyawan merupakan hal yang sangat penting, terutama saat berhadapan langsung dengan nasabah, pelayanan karyawan dapat mempengaruhi nama baik bank di mata nasabah.

¹⁵ Reynita Anugrah Putri, Dismita Citra Dewi, dan M. Agus Maryanto, “Pengaruh Bauran Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah KCP Kota Pagar Alam,” *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol. 1, No. 1/(Agustus 2019), 49.

¹⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, cet. ke-12 (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 214.

f. *Physical evidence* (bukti fisik)

Perusahaan melalui tenaga pemasarannya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis yaitu, *an attention-creating medium* yaitu perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya. *As a message-creating medium*, menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa. *As effect-creating medium*, baju seragam yang berwarna, bercorak, kartu nama, simbol perusahaan, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan.¹⁷

Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan sarana dan prasarana yang bernilai tambah dan mendukung pelayanan yang digunakan dalam menyajikan kualitas produk dan jasa kepada nasabah.

g. *Process* (Proses)

Proses ini mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran jasa dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian, pemasaran harus dilibatkan ketika desain proses jasa

¹⁷ Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," EMBA, Vol. 1, No. 3/Juni 2013, 73.

dibuat karena pemasaran juga sering terlibat dan bertanggung jawab dalam pengawasan kualitas jasa.¹⁸

Proses merupakan keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan, atau kompleksitas prosedur kerja yang ada di bank yang bersangkutan.

B. Tabungan Haji

1. Pengertian Haji

Menurut istilah Syara', haji adalah datang atau berkunjung ke Ka'bah di Makkah al-Mukaramah untuk melakukan ibadah kepada Allah SWT dengan melakukan ihram, thawaf, sa'i, wukuf di Arafah, mabit di Muzdalifah dan Mina, melontar jamarat, dan tahalul.¹⁹

Haji adalah sengaja mengunjungi Ka'bah atau *Baitullah* di Makkah untuk mendekatkan diri kepada Allah serta melakukan beberapa amal ibadah dengan syarat-syarat tertentu yaitu dengan mengerjakan thawaf, sa'i, wukuf, di Arafah dan manasik haji lainnya dengan mengikuti tuntunan Rasulullah SAW.²⁰

Semua ulama sepakat (*ijma'*) bahwa hukum haji wajib untuk semua umat Islam, baik untuk kaum laki-laki maupun perempuan, bagi orang-orang yang mampu. Sebagaimana firman Allah SWT:

¹⁸Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis.*, 71.

¹⁹Ahmad Kartono dan Sarmidi Husna, *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fikih* (Jakarta: Siraja Prenada Media Group, 2013), 13.

²⁰Abdul Hamid dan Beni Ahmad Saebani, *Fiqh Ibadah*, cet. ke-2 (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 247.

...وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ

اللَّهُ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٩٧﴾

“...Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. (QS. Ali Imran: 97)”²¹

Maka dapat dipahami bahwa haji adalah rukun Islam yang kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap orang Islam yang mampu dan memenuhi syarat, baik secara financial, fisik, maupun mental.

2. Pengertian Tabungan Haji

Selain giro, salah satu produk penghimpun dana (*funding*) dalam Perbankan Syariah yaitu berupa tabungan. Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan adalah simpanan atau investasi dana yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan cara penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati antara nasabah dengan pihak bank, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²²

Tabungan Haji adalah suatu program tabungan yang ditujukan kepada para nasabah bank yang memiliki keinginan untuk berangkat ke tanah suci. Dalam program tabungan haji, selain mendapatkan tabung para calon jamaah haji juga akan mendapatkan asuransi yang

²¹ Ahmad Kartono dan Sarmidi Husna, *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fikih.*, 14.

²² Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), 357.

akan mengcover mereka hingga tabungan tersebut cukup untuk dipakai menunaikan ibadah haji ke tanah suci.²³

Tabungan haji (*mabrur*) adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu umat Islam yang memiliki rencana menunaikan ibadah haji. Adapun keuntungan dari tabungan haji (*mabrur*) ini adalah setoran ringan, kemudahan dalam administrasi, bebas biaya administrasi, asuransi jiwa dan kecelakaan, *online* dengan Siskohat dan memberikan kebijaksanaan penarikan sesuai permintaan nasabah apabila nasabah sedang membutuhkan dana tersebut.²⁴

Jadi dapat dipahami bahwa tabungan haji (*mabrur*) merupakan suatu bentuk pelayanan perbankan syariah dengan tujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan dan mewujudkan keinginannya untuk pergi ke tanah suci dengan sistem menabung.

3. Akad Tabungan Haji

a. Akad Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* merupakan produk perbankan syariah untuk menghimpun dana dari nasabah (*shahibul maal*) kepada pihak bank (*mudharib*). Dalam praktik perbankan syariah, akad *mudharabah* biasanya digunakan pada produk penghimpun dana, misalnya pada produk tabungan haji, tabungan kurban,

²³ Makhdaleva Hanura Tajudin dan Ade Sofyan Mulazid, "Pengaruh Promosi, kepercayaan dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (*Mabrur*) Bank Syariah Mandiri KC Sawangan Kota Depok," Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8 No. 1/Januari-Juni 2017, 22.

²⁴ *Ibid.*, 20.

deposito, dan lain sebagainya.²⁵ Dasar hukum *mudharabah* yaitu, firman Allah dalam surat Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertaburanlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”. (QS. Al-Jumu'ah ayat 10).

Pada dasarnya ayat diatas tidak secara langsung menjelaskan akad *mudharabah*, tetapi secara maknawi mengandung arti kegiatan ekonomi melalui *mudharabah*. Sehingga ayat tersebut bisa dijadikan dasar hukum *mudharabah*.²⁶

Prinsip *mudharabah* dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) *Mudharabah muthlaqah* dimana dalam pengelolaannya tidak ada batasan baik dari jenis investasi, jangka waktu, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.²⁷ Produk tabungan di Bank Syariah Mandiri yang menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* yaitu tabungan BSM, tabungan berencana BSM, tabungan investasi cendekia BSM, tabungan pensiun BSM, tabungan mabrur junior, BSM tabungan mabrur, dan BSM deposito.

²⁵ Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer* (Rajawali Pers, 2018), 151.

²⁶ *Ibid.*, 152.

²⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011) 86.

2) *Mudharabah Muqayyadah* merupakan akad kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib*. *shahibul maal* menginvestasikan dananya kepada *mudharib* dan memberikan batasan atas penggunaan dana yang diinvestasikan, baik tentang tempat usaha, jenis usaha, objek investasi, jangka waktu, dan tujuannya.²⁸

Dari penjelasan diatas peneliti dapat memahami bahwa akad *mudharabah* adalah akad yang digunakan pada produk-produk perbankan syariah khususnya pada produk penghimpun dana. Akad *mudharabah* merupakan penyertaan modal dari *shahibul maal* kepada *mudharib* atau penerima modal yang digunakan untuk modal usaha, hasil dari keuntungan usaha tersebut di bagi dua sesuai kesepakatan bersama, dan apabila mengalami kerugian maka akan ditanggung oleh pemilik modal.

²⁸ *Ibid.*, 87.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu terjun langsung ke lapangan guna mendapatkan informasi pada obyek yang dibahas.¹

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya di Komp. Pertokoan Central Niaga Bandar Jaya, No. 1-3, JL. Proklamator Raya, Yukum Jaya, Kabupaten Lampung Tengah, Lampung.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya karena adanya pengembangan produk BSM Tabungan Mabrur melalui program ABATANA yaitu merupakan satu-satunya produk tabungan mabrur yang menggunakan sistem *autodebet* dengan pembebasan biaya *standing instruction*.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk membuat deskripsi atau pencandraan mengenai situasi atau kejadian-kejadian.²

¹ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 55.

² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, cet. ke-25 (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 76.

Penelitian yang dilakukan yaitu untuk mengamati permasalahan yang ada, kemudian dinarasikan dengan menggunakan penyusunan yang sistematis dan akurat. Artinya dalam penelitian ini, penulis berupaya mengumpulkan fakta dan keterangan-keterangan yang ada mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek tempat peneliti menggali dan mendapatkan data. Untuk sumber data dalam penelitian ini ada dua macam yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³

Untuk memperoleh data primer ini, penulis mengadakan wawancara langsung dengan pihak BSM yaitu peneliti peroleh dari *back office, customer service, marketing, funding transaction staf* dan juga melakukan wawancara dengan nasabah Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya sebagai perbandingan.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. ke-10 (Bandung: Alfabeta, 2010), 193.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel untuk penelitian kepada nasabah yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁴

Berdasarkan pengertian diatas dapat peneliti pahami bahwa *purposive sampling* yaitu penunjukkan sampel berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang memiliki sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Populasi merupakan keseluruhan dari objek yang akan diteliti. Disini peneliti menentukan beberapa kriteria untuk sampling nasabah yang akan di wawancarai, yaitu:

- a. Nasabah Tabungan Mabrur program ABATANA minimal 1 tahun terakhir
- b. Nasabah dengan setoran perbulan Rp 900.000
- c. Nasabah yang jumlah saldonya diatas Rp 20.000.000

Dapat diambil kesimpulan bahwa nasabah yang memenuhi kriteria diatas berjumlah 4 orang.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau pelengkap sumber data primer.⁵ Sumber data sekunder ini diperoleh dari sumber peneliti dengan mempelajari referensi yang

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitaf dan R&D*, cet. ke-16 (Bandung: Alfabeta, 2012), 85.

⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), 132.

berkaitan dengan masalah yang dibahas dan data penunjang yang berkaitan yaitu berupa buku-buku, penelitian terdahulu, brosur-brosur BSM Tabungan Mabrur dan jurnal.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber buku seperti, Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet. ke-2, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), Abdul Hamid, dan Beni Ahmad Saebani, *Fiqh Ibadah*, Cet. ke-2, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cet. ke-11, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), Nur Asnawi dan Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*, (Depok: Rajawali Pers, 2017).

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik antara lain:

1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah pengumpulan data melalui proses percakapan atau tanya jawab secara lisan antara dua pihak yaitu antara orang yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang menjawab pertanyaan, yang dilakukan dengan bertatap muka langsung antara

pihak pewawancara dengan pihak yang diwawancarai.⁶ Sehingga dapat peneliti pahami bahwa metode wawancara adalah cara seseorang untuk mendapatkan informasi dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada pihak yang berkaitan.

Wawancara dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

- a) Wawancara terstruktur, dalam wawancara ini peneliti hanya membacakan pertanyaan yang sudah ditulis serta tidak diperbolehkan melakukan improvisasi dari pertanyaan yang diajukan dan subjek penelitian hanya tinggal menjawab dengan jawaban yang sudah disediakan. Wawancara terstruktur ini terkesan sangat kaku, dan pertukaran informasi antara peneliti dengan subjek yang diteliti sangat minim.⁷
- b) Wawancara semi terstruktur, dalam pelaksanaan wawancara semi terstruktur ini lebih bebas dan fleksibel bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur, karena peneliti diberikan kebebasan dalam bertanya dan jawaban yang diberikan oleh subjek tidak dibatasi sehingga subjek dapat lebih bebas dalam memberikan jawaban selama tidak keluar dari konteks permasalahan yang dibahas.⁸
- c) Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dalam

⁶ Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 132.

⁷ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 63.

⁸ *Ibid*, 66.

wawancara tidak terstruktur ini kurang fokus pada masalah utama yang akan dibahas, karena penggalian pertanyaan akan bersifat meluas bukan mendalam.⁹

Dalam penelitian ini jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, dimana peneliti menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan kepada ibu Fitri Mutia selaku *back office*, ibu Desma Afrianti selaku *customer service*, ibu Marina Intan selaku *marketing*, ibu Santi Habsari selaku *funding transaction staf*, dan empat nasabah Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA guna mengetahui strategi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur melalui program ABATANA.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda, dan sebagainya yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang kejadian yang sesuai dengan masalah penelitian.¹⁰

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk membantu proses penelitian, sehingga penelitian dapat dilakukan dan dapat memecahkan masalah yang diteliti. Teknik dokumentasi ini

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 140.

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 152.

menggunakan catatanan yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, antara lain berupa profil bank, struktur organisasai, visi dan misi.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan bahan-bahan lain yang disusun secara sistematis, atau proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, sehingga mudah dipahami dan hasil penelitiannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹¹ Maka yang dimaksud analisis data adalah proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipahami.

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif, yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen, karena data yang diperoleh merupakan data kualitatif yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian. Untuk menganalisis data peneliti menggunakan analisis data secara induktif, yaitu suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit dan berakhir pada suatu kesimpulan yang mempunyai sifat umum.¹²

Berdasarkan keterangan diatas, maka dalam menganalisis data peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Kemudian data tersebut

¹¹ W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 239.

¹²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 9-10.

dianalisis dengan menggunakan analisis data secara induktif yang berawal dari informasi tentang strategi pemasaran produk Tabungan Mabur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya, kemudian akan ditarik kesimpulan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang

Bandar Jaya

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Hadir dengan cita-cita membangun negeri. Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM). Kehadiran Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997 yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁴⁶

⁴⁶ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 16 Desember 2019.

Salah satu Bank Konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exsim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan Perbankan Syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank Umum untuk melayani transaksi Syariah (*Dual Banking System*).⁴⁷

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Dengan melakukan penggabungan (*merger*) dengan beberapa bank dan mengundang investor asing. Oleh

⁴⁷ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 16 Desember 2019.

karenanya, tim pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari Bank Konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.GBI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin, tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.⁴⁸

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil, dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di Perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. PT Bank Syariah Mandiri kini memiliki

⁴⁸ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 16 Desember 2019.

669 outlet terdiri dari 125 Kantor Cabang, 406 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 38 Kantor Kas, 15 Konter Layanan Syariah, dan 85 *Payment Point*. Bank Syariah Mandiri dilengkapi layanan berbasis *e-channel* seperti *BSM Mobile Banking GPRS* dan *BSM Net Banking* serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan Bank Induk.

Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya adalah Kantor Cabang yang ada di Lampung Tengah yang beralamat di Komp. Pertokoan Central Niaga Bandar Jaya, No. 1-3, JL. Proklamator Raya, Yukum Jaya, Kabupaten Lampung Tengah, Lampung. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya berdiri sejak tahun 2008 sampai dengan sekarang tetap menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu Lembaga Keuangan Syariah.⁴⁹

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

a. Visi:

Menjadi bank syariah terpercaya pilihan mitra usaha.

b. Misi:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- 2) Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.

⁴⁹ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 16 Desember 2019.

- 3) Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
- 5) Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.⁵⁰

3. Produk Tabungan Mabru Program ABATANA Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya

Tabungan mabrur merupakan tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Dalam melaksanakan fungsinya sebagai lembaga intermediasi, produk tabungan mabrur merupakan salah satu produk sebagai pelaksana fungsi intermediasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Adapun persyaratan untuk mendaftar tabungan mabrur program ABATANA yaitu kartu identitas (KTP atau paspor nasabah), NPWP dan telah memiliki tabungan BSM atau tabungan simpatik.⁵¹

Dalam rangka meningkatkan saldo rata-rata Tabungan Mabru dengan cara *autodebet* dari Tabungan BSM ke Tabungan Mabru secara rutin setiap bulan, maka Bank Syariah Mandiri mengadakan program Ayo Berhaji Aman dan Terencana (ABATANA), program ini diharapkan dapat meningkatkan dan membantu nasabah yang belum pernah berhaji untuk melakukan perencanaan haji. Untuk bisa

⁵⁰ Dokumentasi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 16 Desember 2019.

⁵¹ Hasil wawancara dengan Desma Afrianti, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

mengikuti program ini, nasabah harus memiliki tabungan BSM sebagai *source of payment* dan tabungan mabrur atau mabrur junior sebagai *payment target*.

Program ABATANA ini merupakan bentuk pengembangan dari produk tabungan mabrur, adapun beberapa ketentuan program ABATANA adalah sebagai berikut:

- a. Bentuk program ABATANA yaitu pembebasan biaya *standing instruction* (SI) khusus bagi nasabah tabungan mabrur dan mabrur junior eksisting maupun nasabah baru. Setoran *standing instruction* (SI) minimal yaitu, sebesar Rp 100.000 per bulan.
- b. Peserta program ABATANA yaitu seluruh nasabah BSM yang telah memiliki tabungan Bank Syariah Mandiri atau tabungan simpatik, BSM tabungan mabrur dan BSM tabungan mabrur junior sebagai *payment target*. Peserta program ABATANA diutamakan nasabah yang secara rutin menerima dana bulanan di rekening tabungan di Bank Syariah Mandiri.
- c. Jangka waktu Tabungan Mabrur melalui program ABATANA pada Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu berdasarkan keinginan nasabah dan besar setorannya berdasarkan pada kemampuan nasabah. Jadi pada Tabungan Mabrur tidak ada jangka waktu yang ditetapkan secara pasti. Sedangkan pada Tabungan Mabrur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya setiap nasabah akan membuat kesepakatan pada awal

perjanjian untuk jumlah besar setoran yang akan dipotong setiap bulannya. Jadi pada Tabungan Maburur melalui program ABATANA ini jangka waktunya berdasarkan jumlah setoran setiap bulannya dan sesuai dengan kesepakatan berdasarkan kemampuan nasabah untuk mencapai jumlah sesuai dengan ketentuan umum dari Kementerian Agama.⁵²

Program ABATANA bertujuan untuk membantu mendisiplinkan calon jamaah haji dan umrah dengan sistem *auto debet (standing instruction)* dana dari rekening regular ke rekening mabrur dengan nominal dan jangka waktu sesuai keinginan nasabah. Dana akan di *debet* secara otomatis dan rutin setiap bulannya hingga jangka waktu yang telah disepakati dalam perjanjian. Jika tabungan telah jatuh tempo maka pihak bank akan melakukan pemberitahuan melalui sms atau email untuk melakukan pendaftaran atau validasi haji.

Tabungan mabrur program ABATANA ini berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil yang kompetitif. Nasabah akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang dibuat antara Bank dengan nasabah. Bagi hasil akan diperhitungkan setiap akhir bulan dan akan ditambahkan ke rekening tabungan nasabah pada akhir bulan berjalan atau sesuai dengan ketentuan yang berlaku di bank.

⁵² Hasil wawancara dengan Desma Afrianti, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

Tabungan mabrur program ABATANA tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji atau Umrah (BPIH), setoran awal minimal Rp 100.000, setoran selanjutnya minimal Rp 100.000, saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp 25.500.000 atau sesuai ketentuan dari Kementerian Agama. Adapun fasilitas yang akan diperoleh nasabah tabungan mabrur program ABATANA antara lain yaitu notifikasi *reminder* saldo melalui email atau sms apabila saldo sudah mencapai Rp 25.500.000 atau sesuai dengan ketentuan Kementerian Agama dalam pendaftaran *online* SISKOHAT. Tidak diperbolehkan melakukan penarikan saldo Tabungan Mabrur kecuali dalam keadaan darurat. Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri ini bebas biaya pembukaan rekening dan bebas biaya administrasi. Tabungan yang ditutup bukan karena penyetoran BPIH atau pembayaran umrah, dikenakan biaya sebesar Rp 25.000. Adapun manfaat dari tabungan mabrur program ABATANA antara lain, aman dan terjamin, online dengan SISKOHAT Kementerian Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

Selain itu, nasabah tabungan mabrur program ABATANA juga akan mendapatkan bonus atau souvenir apabila saldo tabungan sudah mencapai nominal tertentu. Program gimmick souvenir untuk nasabah tabungan mabrur program ABATANA ini disebut dengan “*Labbaik Special Gift*”. Program *labbaik special gift* adalah program top up untuk meningkatkan saldo tabungan mabrur dengan berupa *gimmick souvenir*

yaitu sajadah cantik, pouch cantik, dan mukena cantik. Program ini diperuntukkan untuk nasabah eksisting dan nasabah baru yaitu top up saldo mabrur Rp 5.000.000 akan mendapatkan sajadah, top up saldo mabrur Rp 7.500.000 mendapatkan pouch, top up saldo mabrur lebih dari Rp 10.000.000 akan mendapatkan mukena.⁵³

Jadi dapat dipahami bahwa tabungan mabrur melalui program ABATANA ini merupakan tabungan untuk membantu masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan ibadah haji serta mempermudah nasabah dengan sistem *auto debet* dari rekening regular ke rekening mabrur dengan pembebasan biaya *standing instruction*.

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya

Bagi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya tabungan haji dan umrah menjadi prioritas dan termasuk produk unggulan. Bank Syariah Mandiri sebagai salah satu bank dengan pangsa pasar tabungan haji regular terbesar yang terdaftar di Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT), memiliki beberapa strategi dalam memasarkan produknya terutama Produk Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA. Strategi khusus yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya adalah melakukan kerjasama dengan beberapa KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) di Lampung Tengah, antara lain

⁵³ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

yaitu dengan KBIH Bintang Sembilan, KBIH Mandiri Muhammadiyah, KBIH Darusy Sya'adah.

Selain itu ada beberapa strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabruur menggunakan program ABATANA diuraikan melalui konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence*, dan *process*, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran bank tersebut.⁵⁴

Berikut strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabruur menggunakan program ABATANA:

1. *Product* (produk)

Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu produk Tabungan Mabruur yang menggunakan program ABATANA dengan menerapkan akad *mudharabah muthlaqah* yang berdasarkan syariat Islam yang terbebas dari unsur riba. Imbalan yang diberikan dalam bentuk bagi hasil yang kompetitif atas penggunaan dana tersebut secara syariah. Selain itu, dengan adanya program ABATANA ini Bank Syariah Mandiri bermaksud ingin membantu nasabah yang belum pernah berhaji untuk melakukan perencanaan ibadah haji.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

Adapun Keunggulan dari produk tabungan mabrur melalui program ABATANA yaitu:

- a. Syarat dalam program ini terbilang sangat mudah, nasabah hanya harus memiliki Tabungan BSM. Dimana tabungan tersebut sebagai (*source of payment*), dan Tabungan Mabrur atau Mabrur Junior sebagai (*payment target*).
- b. Nasabah tidak perlu membuka tabungan lagi jika sudah memiliki Tabungan di BSM, apabila nasabah ingin mengikuti program ABATANA nasabah hanya perlu mengisi *form* persetujuan saja, jika nasabah tidak menggunakan program ABATANA nasabah harus membuka Tabungan Mabrur terlebih dahulu dan diwajibkan membayar setoran awal Rp 100.000 meskipun sudah memiliki Tabungan BSM.
- c. Setoran bulanannya untuk program ABATANA minimal Rp 100.000, setoran itu secara otomatis di *autodebet* dari rekening Tabungan BSM ke Tabungan Mabrur.
- d. Pembebasan biaya *Standing Instruction* (SI) khusus bagi nasabah tabungan mabrur program ABATANA.
- e. Bebas biaya administrasi bulanan, kemudahan pengurusan administrasi bulanan, reminder notifikasi saldo, setoran ringan, asuransi jiwa, dan online dengan Siskohat Departemen Agama.⁵⁵

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya*, 19 Maret 2020.

Berdasarkan penjelasan diatas strategi produk yang ditawarkan pada produk tabungan mabrur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu dengan upaya menciptakan produk yang memiliki kelebihan serta kemudahan untuk para nasabahnya dan menampilkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan bank lainnya.

2. *Price* (harga)

Salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran yaitu strategi harga atau penentuan harga. Apabila salah dalam menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang akan ditawarkan. Dalam menentukan harga maka sebuah perusahaan pasti akan memberikan harga semurah mungkin agar produk dan jasa yang ditawarkan laku dipasaran dan dapat dijangkau oleh masyarakat menengah kebawah. Oleh sebab itu, Bank Syariah Mandiri menetapkan harga yang murah, yaitu setoran awal untuk pembukaan Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA sebesar Rp 100.000 yang akan di debet langsung dari SI pertama dan setoran SI selanjutnya yaitu minimal Rp 100.000 setiap bulannya dengan pembebasan biaya *Standing Instruction*. Selain itu, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya memberikan kepastian kepada nasabah dengan memberikan kuota atau porsi keberangkatan haji dengan

SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Departemen Agama, serta kepuasan produk yang ditawarkan.⁵⁶

Berdasarkan penjelasan diatas dalam menetapkan strategi harga, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya menentukan harga jual yang dapat bersaing dengan bank lain, dimana setoran awalnya hanya sebesar Rp 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp 100.000 per bulan. Hal ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat yang mempunyai impian untuk naik haji serta untuk memudahkan perencanaan ibadah haji.

3. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya memilih tempat yang dinilai cukup strategis dengan pusat kota, yang terletak di Bandar Jaya di Komp. Pertokoan Central Niaga Bandar Jaya, No. 1-3, JL. Proklamator Raya, Yukum Jaya, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung. Lokasi ini sangat strategis karena berada pada jalan utama Bandar Jaya yang ramai dilalui masyarakat dan aksesnya mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor maupun kendaraan-kendaraan umum lainnya. Demi kenyamanan nasabah maka kantor tempat bertransaksi secara

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

langsung dengan nasabah juga di desain sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern dan minimalis.⁵⁷

Berdasarkan penjelasan diatas dalam menetapkan strategi tempat, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya menentukan lokasi tempat yang dianggap strategi, yaitu memilih lokasi yang dekat dengan pusat usaha, lokasi yang ramai dan mudah dijangkau oleh masyarakat baik melalui kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

4. *Promotion* (promosi)

Agar produk Tabungan Mabur yang menggunakan program ABATANA dapat di minati dan laku dijual kepada masyarakat atau calon nasabah, maka masyarakat perlu mengetahui akan hadirnya produk ini di Bank Syariah Mandiri terutama di Kantor Cabang Bandar Jaya. Masyarakat perlu mengetahui manfaat, harga, fasilitas, dan kelebihan-kelebihan lainnya dibandingkan dengan produk pesaing. Salah satu cara untuk memberitahukan kepada masyarakat yaitu melalui promosi.⁵⁸ Ada beberapa sarana promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, yaitu:

a. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya menetapkan strategi *personal selling*, yaitu penjualan produk yang dilakukan oleh

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Marina Intan, *Marketing* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

seluruh pegawai bank. Seperti penjualan yang dilakukan oleh *marketing funding, funding transaction staf* dan *customer service*, hal ini merupakan strategi untuk meningkatkan penjualan produk baru kepada nasabah yang sudah ada dengan cara menawarkan produk lainnya yang berbeda.⁵⁹

b. *Publicity* (Publisitas)

Dalam strategi ini lebih ditekankan bagaimana Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya dalam menjalin hubungan dengan para nasabah atau masyarakat. Salah satu caranya yaitu dengan berpartisipasi dalam kegiatan sosial, seperti renovasi mushola atau masjid, bedah rumah, dan pembangunan serta renovasi pondok pesantren yang bekerja sama dengan Laznas BSM Umat (Lembaga Amil Zakat Nasional Bangun Sejahtera Mitra Umat). Hal ini bertujuan agar nasabah maupun masyarakat mengenal bank lebih dekat, dengan mengikuti kegiatan tersebut maka masyarakat akan selalu mengingat Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya sehingga tanpa disadari akan menarik minat masyarakat.

c. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan kepada pasangan, keluarga dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah. Selain itu, Bank Syariah Mandiri

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Marina Intan, *Marketing* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

KC Bandar Jaya juga bekerjasama dengan beberapa KBIH yang terdapat di Lampung Tengah.

- d. Pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji (souvenir tergantung kebijakan dari Bank Syariah Mandiri).
- e. Strategi dengan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau ditempat mereka usaha. Hal ini dilakukan karena pegawai bank akan lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk Bank Syariah Mandiri kepada calon nasabah.⁶⁰

Strategi promosi ini bertujuan untuk mengenalkan produk-produk yang dimiliki bank terutama produk baru dari bank tersebut.

5. *People* (orang)

People yang dimaksud adalah pimpinan dan seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Dalam hal ini, Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabahnya dengan memberikan pelayanan yang ramah, mudah, dan cepat karena dengan pelayanan yang ramah, mudah dan cepat masyarakat akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, memberikan sikap yang ramah pada masyarakat akan membuat masyarakat merasa dihormati dan dihargai, sehingga ketertarikan

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Desma Afrianti, *Customer Service* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

masyarakat untuk bergabung menjadi calon nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya akan semakin kuat. Karyawan berpenampilan menarik, rapi, dan bersih, sehingga saat bertemu dengan nasabah, nasabah akan merasa nyaman.

Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya memiliki SDM yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan. Untuk karyawan bank terutama *marketing* juga dibekali *training* atau pendidikan *marketing* diantaranya yaitu tentang strategi pemasaran produk, dimana *marketing* diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar *marketing* lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.⁶¹ Pelatihan ini berupa simulasi pada sistem agar karyawan terbiasa dan maksimal dalam melayani nasabah.

6. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Physical evidence merupakan bukti fisik atau sarana dan prasarana yang bernilai tambah dan mendukung pelayanan serta dipergunakan dalam menyajikan kualitas produk dan jasa kepada nasabah. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya memberikan bukti fisik berupa slip penyetoran atau penarikan, buku tabungan, dan kartu ATM kepada nasabah. Teknik pemasaran dengan menggunakan media-media fisik

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

yang bisa dilihat atau dibaca orang, seperti pemasaran melalui media sosial yaitu instagram.⁶²

Strategi *physical evidence* (bukti fisik) ini diterapkan untuk memberikan nilai tambah dan mendukung pelayanan yang digunakan dalam menyajikan kualitas produk dan jasa kepada nasabah.

7. *Process* (proses)

Upaya bank dalam melayani nasabah harus memberikan pelayanan yang cepat, proses saat pembukaan sampai penutupan rekening mudah, tepat waktu dan tepat sasaran sehingga dapat memuaskan nasabah. Selain *marketing*, *customer service* juga perlu menawarkan produk bank dengan sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberikan penjelasan dengan sebaik mungkin. Pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap nasabah akan menjadi media promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, saudara, teman, tetangga, rekan kerja dan orang lain mengenai pelayanan yang unggul, sehingga diharapkan citra bank akan meningkat.⁶³ Keterlambatan dalam upaya penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing.

⁶² Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

⁶³ Hasil Wawancara dengan Santi Habsari, *Funding Transaction Staf* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020..

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Marina Intan selaku *marketing* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya menjelaskan bahwa strategi yang paling efektif untuk menarik minat nasabah yaitu strategi *people* (orang) berupa layanan yang diberikan dari pihak Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya kepada nasabah dan strategi promosi. Promosi tidak hanya dilakukan oleh *marketing*, akan tetapi dilakukan juga oleh semua pegawai bank untuk meningkatkan penjualan produk baru kepada nasabah yang sudah ada dengan cara menawarkan produk lainnya. Selain itu strategi promosi dari mulut ke mulut yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat juga sangat berpengaruh terhadap penjualan produk tabungan mabrur program ABATANA, hal ini sama dengan memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan kepada pasangannya, keluarga, teman, maupun tetangga, kemudian strategi jemput bola yang dilakukan oleh *marketing* atau penjualan pribadi dengan cara datang langsung ke tempat kerja calon nasabah, kerumah, ataupun mendatangi para pedagang dipasar, dan bisa juga melalui televon.⁶⁴

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah tabungan mabrur program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Berikut adalah hasil wawancara kepada nasabah mengenai minat menjadi nasabah produk tabungan mabrur

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Marina Intan, *Marketing* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 19 Maret 2020.

melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

Menurut Bapak Surono selaku nasabah serta pengelola KBHI Bintang Sembilan menjelaskan “saya mengetahui beberapa macam produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, salah satunya yaitu Produk Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA. Saya mengetahui produk ini dari teman saya, dia juga salah satu anggota KBIH Bintang Sembilan. Saya tertarik dengan Produk Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya ini karena melalui program ABATANA ini lebih memudahkan saya dalam hal menabung, dimana setiap bulannya secara otomatis di *autodebet* dengan jumlah saldo yang telah ditetapkan di awal. Selain itu, ada beberapa bonus yang ditawarkan, seperti souvenir dan apabila saldo sudah mencapai jumlah tertentu maka akan mendapatkan bonus seperti payung, mukena dan sarung. Saya juga sering membawa nasabah untuk melakukan pembukaan rekening Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, akan tetapi akhir-akhir ini souvenir yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan sebelumnya. Saya juga tidak pernah mendapatkan fee dari Bank, makanya sekarang saya lebih memilih mendaftarkan calon nasabah Tabungan Mabrur ke Bank Muamalat, karena ketika saya membawa calon nasabah kesana maka saya mendapatkan fee Rp 100.000 per orang, hitung-hitung untuk ganti

uang bensin. Sekarang juga sudah banyak KBIH-KBIH besar yang mulai pindah ke Bank Muamalat.⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Surono selaku nasabah serta pengelola KBHI Bintang Sembilan Bandar Mataram bahwa yang menjadi minat untuk menjadi nasabah Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu karena bank banyak menawarkan bonus dan program apabila saldo sudah mencapai jumlah tertentu, namun akhir-akhir ini bonus yang didapatkan oleh nasabah tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan sehingga beberapa KBIH lebih memilih untuk bekerjasama dengan Bank Muamalat.

Menurut Bapak Ponimin seorang guru sekaligus nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya “produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri sedikit-sedikit saya tahu, soalnya waktu itu saya mau membuat kartu ATM di Bank Syariah Mandiri, kemudian saya ditawari jenis-jenis tabungan oleh *Customer Service*, dia menjelaskan beberapa jenis tabungan, namun yang sedikit lebih detail yaitu Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA. Hal ini membuat saya tertarik dan akhirnya saya menggunakan produk tabungan mabrur yang menggunakan program ABATANA, karena dilihat dari perkembangan Bank Syariah Mandiri yang selalu mengalami peningkatan dan perkembangan nasabah

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Surono, Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 2 Maret 2020.

berarti Bank Syariah Mandiri ini prospeknya bagus dan juga amanah, lagi pula nanti kalau sudah berangkat haji tidak keberatan terkait biaya porsi haji. Sedangkan keuntungan yang saya peroleh selama menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu kemudahan dalam melakukan setoran saldo tabungan mabrur program ABATANA dan saya juga pernah mendapatkan sajadah karena top up saldo lebih dari Rp 10.000.000. Selain itu saya juga merasa sangat senang dengan para pegawainya yang ramah-ramah.⁶⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ponimin seorang guru sekaligus nasabah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya bahwa minat untuk menabung di Bank Syariah Mandiri yaitu karena adanya kepercayaan dari dalam dirinya untuk menjadi nasabah tabungan mabrur. Selain itu dikarenakan juga para pegawainya yang ramah-ramah dalam melayani nasabah.

Menurut Ibu Yuni selaku nasabah Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya “produk tabungan mabrur program ABATANA ini saya sudah tahu dari tahun lalu ketika saya sedang menabung ada ibu-ibu di sebelah tempat duduk saya ngomong kalau ibu tersebut akan mengisi saldo tabungan mabrurnya, naah dari situ saya baru tahu ternyata di Bank Syariah Mandiri Bandar Jaya ini ada produk tabungan mabrur program ABATANA. Setelah mendengarkan beberapa penjelasan dari

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Ponimin, Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 2 Maret 2020.

ibu tersebut terkait dengan tabungan mabrur program ABATANA akhirnya saya juga tertarik membuka rekening tabungan mabrur. Sebenarnya dari dulu saya sangat ingin pergi naik haji, akan tetapi terkendala pada biaya. Menurut saya tabungan mabrur program ABATANA ini merupakan cara yang sangat membantu untuk melakukan ibadah haji karena setorannya ringan dan tidak memberatkan. Selama saya menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya saya merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank. Alasan saya tidak memilih bank lain karena BSM Bandar Jaya ini terlihat akan mengalami kenaikan dan terlebih sudah dikenal sebagai Bank Haji.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yuni selaku nasabah Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA bahwa yang menjadi minat untuk menjadi nasabah Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu karena pelayanan karyawan cukup baik, ramah dan cepat tanggap. Produk Tabungan Mabrur ini juga merupakan produk yang sangat membantu dalam perencanaan ibadah haji karena setoran diawal maupun setiap bulannya sangat ringan. Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya juga dikenal sebagai Bank Haji.

Menurut Bapak Basuki selaku nasabah Tabungan Mabrur yang menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Yuni, Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 4 Maret 2020.

Bandar Jaya “awal mula saya mengetahui produk tabungan mabrur menggunakan program ABATANA ini dari Ibu Intan selaku *Marketing* Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya. Pada saat itu saya sedang berjualan di pasar Bandar Jaya, kemudian ada beberapa karyawan Bank Syariah Mandiri, ternyata mereka sedang menyebar brosur tentang tabungan mabrur. Ibu Intan memberi saya brosur dan menjelaskan beberapa jenis produk tabungan, dia juga menjelaskan bahwa sekarang telah ada program ABATANA untuk tabungan mabrur. Setelah mendengarkan penjelasannya, saya cukup tertarik untuk menyisihkan keuntungan dagang saya dan kemudian membuka tabungan mabrur yang menggunakan program ABATANA tersebut. Karena menurut saya dengan adanya program tersebut sangat memudahkan nasabah, dimana nasabah tidak perlu repot-repot datang ke bank setiap bulannya untuk menambah jumlah saldo tabungan mabrur. Keuntungan yang saya peroleh yaitu keinginan saya untuk bisa pergi ke tanah suci dapat terencana dengan baik melalui produk tabungan mabrur program ABATANA yang ada di Bank Syariah Mandiri ini, akan tetapi sampai sekarang saya belum mendapatkan bonus apapun dari bank.⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Basuki selaku nasabah tabungan mabrur yang menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya bahwa yang menjadi minat

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Basuki, Nasabah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, 4 Maret 2020.

untuk menjadi nasabah tabungan mabrur menggunakan program ABATANA yaitu karena sebuah keinginan untuk bisa pergi ke tanah suci, dan program ini dianggap sangat membantu serta memudahkan para nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji.

Berdasarkan analisis peneliti bahwa strategi pemasaran produk tabungan mabrur melalui program ABATANA yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya yaitu hanya menggunakan strategi bauran pemasaran enam P bukan tujuh P, karena ada salah satu strategi yang diterapkan tidak sesuai dengan teori. Adapun strategi bauran pemasaran enam P yang diterapkan, antara lain yaitu strategi *product* (produk), dimana produk yang ditawarkan mempunyai beberapa keunggulan yang sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya yaitu dengan menggunakan program *auto debet* dengan pembebasan biaya *Standing Instruction* (SI). Strategi *price* (harga), dilakukan dengan menentukan harga jual yang kompetitif, tidak terlalu tinggi dan sebaliknya sehingga harga yang ditetapkan dapat bersaing dengan bank lain, dimana setoran awalnya hanya sebesar Rp 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp 100.000 per bulan. Strategi *place* (tempat), yaitu pemilihan lokasi yang strategis, aksesnya mudah ditempuh dengan kendaraan roda dua maupun kendaraan-kendaraan umum lainnya, serta mendesain kantor sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman, yaitu dengan konsep modern dan minimalis. Hal ini terlihat

dari desain ruangan yang bersih, rapi, simpel dan elegan namun membawa nuansa nyaman dan modern. Strategi *promotion* (promosi) menerapkan beberapa strategi antara lain yaitu *personal selling* (penjualan pribadi), *publicity* (publisitas), dan sistem jemput bola, lalu akan lebih baik lagi jika memaksimalkan pemanfaatan media sosial dan media cetak. Strategi *people* (orang), yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat tanggap serta SDM yang berkualitas dengan dibekali pendidikan dan pelatihan mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri. *Process* (proses), dilakukan dengan memberikan pelayanan yang cepat, baik pada saat pembukaan rekening maupun transaksi lainnya.

Adanya strategi yang tidak berjalan dengan baik, yaitu pada strategi *physical evidence* yang tidak sesuai dengan teori yang ada, terutama untuk memasarkan produk tabungan mabrur melalui program ABATANA, dimana nasabah tidak perlu datang ke kantor untuk menambah saldo rekeningnya, karena sudah otomatis akan di *autodebet* dari Tabungan BSM ke Tabungan Mabrur program ABATANA. Sedangkan strategi *physical evidence* yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya lebih sesuai untuk memasarkan produk lain yang nasabahnya langsung datang ke Bank.

Selain itu, strategi promosi juga kurang dimaksimalkan, terutama pada promosi periklanan melalui brosur, majalah, koran, spanduk, TV, radio, dan sosial media dikarenakan Bank Syariah Mandiri KC Bandar

Jaya tidak memberikan anggaran dana untuk hal tersebut, karena dianggap akan menimbulkan pemborosan anggaran meskipun yang menjadi sasaran mereka adalah masyarakat dari seluruh kalangan. Sehingga menyebabkan masyarakat luas kurang mendapatkan informasi mengenai produk tabungan mabrur melalui program ABATANA yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, karena kegiatan promosi dalam bentuk periklanan merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam mengenalkan produk yang dimiliki kepada masyarakat.

Selanjutnya jika dilihat dari hasil wawancara dengan beberapa nasabah tabungan mabrur melalui program ABATANA Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya, hal-hal yang membuat mereka tertarik dan memilih untuk mempercayakan membuka tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri karena mereka puas dengan layanan yang mereka terima serta persepsi dari dalam diri mereka masing-masing yang dimotivasi oleh keinginan untuk bisa pergi ke tanah suci dan memenuhi panggilan Allah SWT.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai strategi pemasaran produk tabungan mabrur melalui program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Lampung Tengah dalam upaya menarik dan meningkatkan minat nasabah, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan yaitu menggunakan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), dan *process* (proses).

Product (produk) dilakukan dengan menawarkan produk yang berdasarkan syariat Islam yang terbebas dari riba. *Price* (harga) dilakukan dengan menawarkan produk dengan harga yang murah sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat. *Place* (tempat) dilakukan dengan pemilihan lokasi yang strategis, dekat dengan pusat usaha, lokasi yang ramai dan mudah dijangkau oleh masyarakat. *Promotion* (promosi) dilakukan oleh seluruh pegawai bank dengan cara menawarkan produk bank kepada masyarakat. *People* (orang) yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramah, mudah dan cepat tanggap. *Process* (proses) dilakukan dengan memberikan pelayanan yang cepat pada saat proses pembukaan sampai penutupan rekening.

Strategi yang diterapkan kurang maksimal, akan lebih baik lagi jika strategi yang sudah ada lebih dioptimalkan lagi, terutama pada strategi promosi periklanan melalui media cetak dan media sosial, serta menambah tenaga *marketing* pada strategi *personal selling*. Dengan mengoptimalkan strategi yang telah diterapkan diharapkan masyarakat dapat mengenal produk tabungan mabrur program Abatana dan dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan mabrur program Abatana yang ada di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan didalamnya. Maka dari itu, peneliti memberikan saran agar menjadi bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi PT Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya
 - a. Membuat *event-event* keislaman untuk mendekatkan diri dengan masyarakat, selalu berinovasi terhadap produk-produk Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya untuk menarik minat masyarakat, serta memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan masyarakat terhadap Bank Syariah Mandiri.

- b. Berkaitan dalam hal promosi perlu adanya usaha-usaha yang lain yang dapat menarik calon nasabah baru, misalnya dengan pemasangan papan nama ditempat-tempat strategis, serta penayangan iklan di media elektronik serta media cetak agar dapat menarik perhatian dari masyarakat luas.
 - c. Mensosialisasikan produk-produk yang terdapat di Bank Syariah terutama tentang produk Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA dan pentingnya bermuamalah melalui lembaga keuangan syariah agar terhindar dari riba.
2. Bagi Akademisi
- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi masyarakat mengenai keputusan menabung terutama Tabungan Mabrur menggunakan program ABATANA di Bank Syariah Mandiri.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian tentang strategi pemasaran produk tabungan di Bank Syariah diharapkan agar lebih mengembangkan penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Asnawi, Nur, dan Muhammad Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-Isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, Cet. Ke-7. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro, 2005.
- Hamid, Abdul, dan Beni Ahmad Saebani. *Fiqh Ibadah*. Cet. ke-2. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Cet. ke-5. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Memahami Bisnis Bank*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Karim, Adiwarmanto A. *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.

- Kartono, Ahmad, dan Sarmidi Husna. *Ibadah Haji Perempuan Menurut Para Ulama Fikih*. Jakarta: Siraja Prenada Media Group, 2013.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Cet. ke-11. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Mustofa, Imam. *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*. Rajawali Pers, 2018.
- Nasehudin, Toto Syatori, dan Nanang Gozali. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Putri, Reynita Anugrah, Dismita Citra Dewi, dan M. Agus Maryanto. "Pengaruh Bauran Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Bank BNI Syariah KCP Kota Pagar Alam," *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, Vol. 1, No. 1 (Agustus 2019).
- Selang, Christian A.D. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *EMBA*, Vol. 1, No. 3 (Juni 2013).
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Sucipto, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet. ke-2. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. ke-16. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet. ke-10. Bandung: Alfabeta, 2010.

Suryabrata, Sumadi. *Metodologi Penelitian*. Cet. ke-25. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014.

Tajudin, Makhdaleva Hanura, dan Ade Sofyan Mulazid. "Pengaruh Promosi, kepercayaan dan Kesadaran Merk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KC Sawangan Kota Depok," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 8 No. 1 (Juni 2017).

Tjipto, Fandy, dan Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.

Winardi. *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana, 2004.

W. Gulo. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

Nomor : 2648/ln.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 14 Oktober 2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Nizaruddin, S.Ag., M.H.
 2. Nawa Angkasa, S.H., M.A.
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

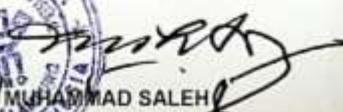
Nama : Desi Fitriana
NPM : 1602100099
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Mabrut Melalui Program Abatana Di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi 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 Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH


OUTLINE

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PEGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 - 1. Pengertian Strategi
 - 2. Pengertian Pemasaran
 - 3. Strategi Pemasaran
 - 4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
- B. Tabungan Haji
 - 1. Pengertian Haji
 - 2. Pengertian Tabungan Haji
 - 3. Akad Tabungan Haji

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpul Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 - 1. Sejarah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya
 - 2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya
 - 3. Produk Tabungan Mabru Program ABATANA Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya
- B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabru Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 25 Januari 2020
Peneliti



Desi Fitriana
1602100099

Mengetahui,

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., MH
197206111998032001

Pembimbing II



Nawa Angkasa, SH., MA
196710252000031003

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA

A. Wawancara dengan Karyawan Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya

1. Bagaimana sejarah awal mulanya dalam pendirian Bank Syariah Mandiri dan bagaimana perkembangannya saat ini?
2. Apa visi dan misi Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya sebagai Lembaga Keuangan Syariah?
3. Apa yang dimaksud dengan produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
4. Strategi apa yang digunakan Bank dalam memasarkan produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
5. Apa saja strategi atau upaya yang digunakan untuk mengenalkan produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
6. Apa saja persyaratan untuk membuka produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
7. Apakah ada bonus tertentu jika menggunakan program ABATANA?
8. Bagaimana penerapan strategi harga pada produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
9. Bagaimana strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk tabungan mabrur program ABATANA?
10. Apakah Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya melakukan kerjasama dengan lembaga tertentu dalam upaya memasarkan produk tabungan mabrur program ABATANA?
11. Bagaimana upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan mabrur melalui program ABATANA?
12. Strategi yang mana yang paling efektif untuk menarik minat nasabah?

Metro, 28 Januari 2020
Peneliti



Desi Fitriana
1602100099

Mengetahui,

Pembimbing I



Nizaruddin, S.Ag., MH
197206111998032001

Pembimbing II



Nawa Angkasa, SH., MA
196710252000031003



**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) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 0702/In.28/D.1/TL.00/03/2020
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala Cabang Bank Syariah
Mandiri KC Bandar Jaya Lampung
Tengah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0701/In.28/D.1/TL.01/03/2020,
tanggal 17 Maret 2020 atas nama saudara:

Nama : **DESI FITRIANA**
NPM : 1602100099
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syaria^h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Lampung Tengah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 17 Maret 2020
Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh MA
NIP. 19650111 199303 1 001





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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Inggimulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metroainic.ac.id; e-mail: febi.aini@metroaini.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0701/In.28/D.1/TL.01/03/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
menugaskan kepada saudara;

Nama : DESI FITRIANA
NPM : 1602100099
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Bank Syariah Mandiri KC Bandar Jaya Lampung Tengah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC BANDAR JAYA".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 17 Maret 2020

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA.
NIP. 19650111 199303 1 001



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
M E T R O Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296, Website digilib.metrouniv.ac.id, pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-322/In.28/S/U.1/OT.01/05/2020

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

Nama : DESI FITRIANA
NPM : 1602100099
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1, Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602100099.

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, 13 Mei 2020
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd
NIP.1958083119810301001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VII/2019

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Rabu 27 November 2019	Acc title di Seminar kean	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainisi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
2.	Kamis 26/ 3 / 2020	Acc Outline	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3	Jum'at 12/4/2020	ACC APD	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
4	Selasa 19/5/2020	<ul style="list-style-type: none">- Pada LB. di perbaiki tentang teori Strategi Pemasarannya.- yg di wawancara harus jelas. Siapa, Tgl berapa dan statusnya Apa. ?- Penelitian Relevan harus di ganti dgn yg ada di STAIN / IAIN Metro, karena banyak yg mirip.- Bab II Teori Strategi di cari pada sumber yg Asli / yg berkaitan	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjuni@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
5	Selasa 19/2020 5	<ul style="list-style-type: none">- Untuk teori Bursa Mix apakah akan menggunakan FP atau di SP. di pertimbangkan kembali dan lihat yg ada di lapangan.- Pada Bab II untuk teori Tabungan Haji, jangan menandatangani BS M. tetapi Bank Syariah secara umum	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
6	Kamis 4 Juni 2020	Landasan teori di bab II tdk boleh ada data lapangan jadi harus secara umum - Sumber data yang dulu menyebut nama orangnya - Wawancara - harus jelas nama dan jabatan yg dia di wawancarai - berapa jumlah narasumber yg dia di wawancara	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjani@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
7	Celasa 09 juni 2020	Part IV APD Point 7.12. belum terjawab. harus di jawab satu persatu dan di Analisa. berdasarkan landasan teori - Apa saja Bonus yg di peroleh Nasabah harus jelas Analisa nya di perbaiki Lagi	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
8	Slon 09 Juni 2020	Kesimpulan harus menjawab Pertanyaan dan tejuan penelitian	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag.,MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
9	Jum'at 12/2020. 16	Acc ulh di Muna Qosyah kan.	

Dosen Pembimbing I

Nizaruddin, S.Ag., MH
NIP. 197403021999031001

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringsmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stajuni@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/SI Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VII/2019

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	5 November 2019	<ul style="list-style-type: none">- lbn. kajian tentang dideskripsikan tentang strategi pemasaran produk- Tuliskan hasil pra survey secara sederhana saja, baik referensi dari bank dan dari nasabah- Gunakan buku pedoman IAIN Metro terbaru.	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/SI Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VII/2019

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
2	15 November 2019	Apa itu 1. Cagat ley kepada orang tua	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa SH, MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainpsi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/SI Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VII/2019

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3	19 November 2019	<p>Perbedaan content auditing, dan kelebihan, jaman digital yang akutipnya dan gratis ke sub sistem.</p> <ul style="list-style-type: none">- Peran fgs keji di Indonesia keho & akuntansi ke tabung keji.- Peranan fgs, saat ini sudah menestring (design function)	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41307, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VII/2019

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
4	Jumat/ 22 November 2019	Acce Bab I. II. III. Konsultasi ke PBO	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296.
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
5	Selasa. 19 Januari 2020	Revisi skripsi ketujuh Lengkap. Ace Bab I-III-IV. Annul tulus Ace POT.	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
6	Selasa, 25 Februari 2020	Acc out line Kerangka berpikir ke Pbl.	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH, MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
7	Jumat. 28 Februari 2020	Ace APD. Kegunaan Ce PBI	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs.

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjusi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
8	Senin 4/2020 /5	Kesimpulannya lebih disempurnakan lagi.	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH.,MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507. Fax (0725) 47296,
Email : stainjasi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Desi Fitriana Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan
Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100099 Semester/TA : VIII/2020

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
9	Jum'at 8/2020 /5	Acc Bab 4 dan 5. Lanjutkan ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Nawa Angkasa, SH., MA
NIP. 196710252000031003

Mahasiswa Ybs,

Desi Fitriana
NPM. 1602100099

FOTO DOKUMENTASI









RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Desi Fitriana dilahirkan di Desa Uman Agung Kecamatan Bandar Mataram Kabupaten Lampung Tengah, pada tanggal 05 Desember 1998. Peneliti adalah anak pertama dari pasangan Bapak Katiman dan Ibu Wonti.

Peneliti telah menyelesaikan pendidikan formal di SD Negeri 02 Utama Agung selesai pada tahun 2010, kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Bandar Mataram dan selesai pada tahun 2013, sedangkan pendidikan menengah atas di MA MA'ARIF 7 Bandar Mataram selesai pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan di IAIN Metro Lampung Jurusan S1 Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 TA. 2016/2017.