

**SKRIPSI**

**PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI  
(Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas  
Bukit Kemuning)**

**Disusun Oleh:**

**RIRIN DESMAWATI  
NPM. 1602100061**



**Jurusan S-1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442 H / 2020 M**

**PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI  
(Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas  
Bukit Kemuning)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

**RIRIN DESMAWATI**  
NPM. 1602100061

Pembimbing I : Drs. H. M. Saleh, M.A.  
Pembimbing II : Hermanita, S.E., M.M

Jurusan S-1 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**1442 H / 2020 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di –  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

Nama : **RIRIN DESMAWATI**  
NPM : 1602100061  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI  
(Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.

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

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb*

Metro, 2 Desember 2020



**Drs. H. M. Saleh, M.A**  
NIP. 19650111 199303 1 001 199903 2001



**Hermanita, SE., M.M.**  
NIP. 19730220 19903 2 001

## HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI  
(Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)

Nama : **RIRIN DESMAWATI**

NPM : 1602100061

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 2 Desember 2020

Pembimbing I



**Drs. H. M. Saleh, M.A**

NIP. 19650111 199303 1 001 199903 2001

Pembimbing II



**Hermanita, SE., MM.**

NIP. 19730220 19903 2 001



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

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

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. 3782/In.28-3/D/PP.009/12/2020

Skripsi dengan Judul: PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI (Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning), disusun Oleh: RIRIN DESMAWATI, NPM: 1602100061, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Jum'at/18 Desember 2020.

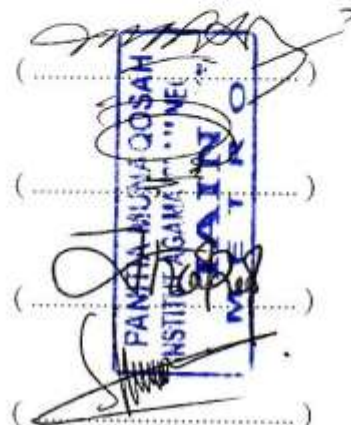
**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Drs. H. M. Saleh, M.A

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

Penguji II : Hermanita, SE.MM.

Sekretaris : Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I, M.Ud



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Khiva Ninsiana, M.Hum**  
NIP. 19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

# **PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI (Studi Kasus BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning)**

**Oleh:**

**Ririn Desmawati  
NPM. 1602100061**

Bank syariah kotabumi kantor kas bukit kemuning merupakan lembaga keuangan berbasis syariah. Dalam melakukan pemasaran produk khususnya talangan haji, perusahaan jasa seperti bank syariah kotabumi kanntoor kas bukit kemuning ini menggunakan strategi 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physycal Evidence*) yang sering disebut dengan strategi pemasaran. Masing-masing elemen dari strategi pemasaran ini tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, semua saling berkaitan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pasar produk talangan haji pada BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan berusaha menggambarkan hasil penelitian apa adanya. Teknik pengumpulan data dengan cara penelitian lapangan yaitu dokumentasi dengan penemuan hasil di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning. Data yang diperoleh kemudian diolah dalam bentuk kata-kata atau teks yang kemudian dituangkan dalam bentuk narasi atau deskripsi. Subyek dalam penelitian ini adalah kepala kantor kas, funding officer, dan customer service. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah talangan haji di kantor kas bukit kemuning.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning secara keseluruhan strategi pemasaran yang digunakan telah diterapkan dan dilaksanakan oleh pihak kantor kas bukit kemuning, meskipun terdapat sedikit kendala dalam melaksanakan salah satu strateginya. Sebaiknya kantor kas lebih meningkatkan pemasaran produknya agar strategi pemasaran dapat terlaksana lebih baik dan dapat berjalan secara efektif lagi.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ririn Desmawati  
NPM : 1602100061  
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, Desember 2020  
Yang Menyatakan,



**Ririn Desmawati**  
NPM. 1602100061

## MOTTO

وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ ۝ ٢٧

Artinya: *Dan berserulah kepada manusia untuk mengerjakan haji, niscaya mereka akan datang kepadamu dengan berjalan kaki, dan mengendarai unta yang kurus yang datang dari segenap penjuru yang jauh. (Q.S Al Hajj: 27)*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an Surah Al Hajj: 27



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Tiada kata yang pantas diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang memberikan begitu banyak berkah dalam hidup ini. Saya persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih sayang yang tulus kepada:

1. Kedua orang tercinta, Ibunda Erning Saptuti dan Bapak Sukamto yang selalu mencurahkan kasih sayangnya, perhatian, kesabaran, dan selalu memberi semangat serta mendoakan untuk kelancaran dan keberhasilan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Embak Feni Fitriyanti yang selalu memberikan semangat dan mendoakan penulis.
3. Untuk teman-teman Farhan Hamid, Heni, Mbak Rizki, Tesa dan masih banyak lagi yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan serta semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Talangan Haji Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning.

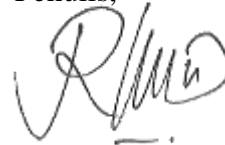
Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar S.E (Sarjana Ekonomi).

Dalam upaya penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yang telah banyak memberikan dan mencurahkan seagala kemampuannya untuk memberikan fasilitas dan memenuhi keinginan peneliti. Tanpa semangat dan doa beliau mungkin saja peneliti tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro.
3. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro
4. Ibu Reonika Puspita Sari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Metro.

5. Bapak Drs. H. M, Saleh, MA selaku pembimbing I dan ibu Hermanita, SE. MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi dan semangat.
6. Segenap Dosen atau Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan saran prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Bapak Agus selaku Kepala Kantor Kas Bukit Kemuning dan ibu Desna Yulinda selaku *Customer Service*, bapak Tomy Ardiansyah selaku *Funding Officer* yang telah memberikan informasi terkait dengan apa yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman S1 Perbankan Syariah Khususnya S1 Perbankan Syariah Kelas A yang telah bersama-sama mencari ilmu dan saling memotivasi peneliti untuk menyelesaikan penulisan skripsi di IAIN Metro.
9. Almamater tercinta IAIN Metro yang menjadi tempat peneliti menuntut ilmu dan memperdalam Ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Desember 2020  
Penulis,



**Ririn Desmawati**  
NPM. 1602100061

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Peran Strategi Pemasaran .....	10
1. Pengertian Peran Strategi Pemasaran .....	10
2. Strategi Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	14
3. Tujuan Strategi Pemasaran.....	18
4. Manfaat Strategi Pemasaran .....	19
B. Talangan Haji .....	20
1. Pengertian Talangan Haji .....	20
2. Dana Talangan Haji.....	20

3. Prinsip Talangan Haji .....	23
4. Sistem Talangan Haji.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Dan Sifat Penelitian .....	26
B. Sumber Data.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data.....	28
D. Teknis Analisa Data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning .....	30
1. Sejarah PT. Bpr Syariah Kotabumi.....	30
2. Visi Dan Misi .....	32
3. Produk-Produk Di BPR Syariah Kotabumi .....	33
B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Baru Talangan Haji BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning.....	35
C. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Baru Talangan Haji BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning .....	47
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	54
B. Saran.....	55

## **DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Bank Syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Islam, yakni bank dengan tata cara dan operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Indonesia, sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, telah lama mendambakan kehadiran sistem lembaga keuangan yang sesuai tuntutan kebutuhan tidak sebatas financial namun juga tuntutan moralitasnya.<sup>1</sup>

Sistem Bank yang dimaksud adalah perbankan yang terbebas dari praktik bunga (*free interest banking*) atau dengan kata lain bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Kehadiran BPRS diharapkan mampu mensejahterakan dan meningkatkan pendapatan masyarakat khususnya umat Muslim melalui fasilitas pembiayaan atau permodalan untuk mengembangkan usaha golongan ekonomi lemah.

---

<sup>1</sup> Muhammad Firdaus, Dkk, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta, Reinasan, 2007), 18.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dalam menjalankan kegiatan usahanya, harus selalu memegang teguh prinsip kehati-hatian serta mampu menerapkan prinsip syariah secara konsisten, sehingga tercipta Bank Pembiayaan Syariah (BPRS) yang sehat yang mampu memberikan layanan terbaik kepada masyarakat.

Kebutuhan masyarakat akan adanya lembaga Perbankan Syariah dirasa cukup tinggi<sup>2</sup>. Guna mendukung hal tersebut suatu perusahaan harus memiliki cara untuk menimbulkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah atau mempertahankan nasabah, yaitu salah satunya adalah memiliki strategi pemasaran. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu sebagai ujung tombak dari suatu rancangan yang telah dibuat dapat terlaksana dan dapat dicapai sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan serta diharapkan dapat meminimalisir hambatan-hambatan yang ada.

Secara umum strategi pemasaran dilakukan dengan merancang 4P, yaitu Place, Produk, Price, Promotion, namun seiring dengan perkembangan zaman, jumlahnya meluas hingga tujuh yang menjadi 7P yaitu Place, Produk, Price, Promotion, People (orang), *Physical Evidence* (bukti fisik), Proses.

---

<sup>2</sup> M. Nur Rianto SI-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*, (Bandung, 2010), 83.

Marketing mix (bauran pemasaran) sangat menentukan keberhasilan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran.

Dengan begitu ukuran keberhasilan perusahaan dalam menetapkan strategi pemasarannya mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Tujuannya agar semakin banyak pelanggan yang menerima produk maka mereka semakin puas dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil. Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan (laba) usaha.

Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Salah satu solusi agar bisnis Bank Syariah bisa tumbuh relative lebih cepat adalah lembaga keuangan syariah diharapkan mampu menjelaskan secara objektif produk-produknya serta manfaat yang bisa diperoleh nasabah sehingga dapat dimengerti kelebihannya bila dibandingkan dengan Bank Lembaga Keuangan Syariah lainnya.

BPRS Kotabumi atau Bank Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning merupakan bentuk investasi penanaman modal oleh pemerintah Kabupaten Lampung Utara dalam bentuk Badan Usaha Milik Daerah. Salah satu bentuk kegiatan transaksi yang dilakukan oleh Bank Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning adalah pembiayaan Talangan Haji.



Talangan Haji sendiri pengertiannya adalah pinjaman dari Lembaga Keuangan Syariah kepada nasabah untuk menutupi kekurangan dana, guna memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji). Nasabah kemudian wajib mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam itu dalam jangka waktu tertentu. Kemudian Lembaga Keuangan Syariah ini menguruskan pembiayaan BPIH berikut berkas-berkasnya sampai nasabah tersebut mendapatkan kursi haji. Atas jasa pengurusan haji tersebut, Lembaga Keuangan Syariah memperoleh imbalan, yang besarnya tak didasarkan pada jumlah dana yang dipinjamkan.<sup>3</sup>

Talangan Haji merupakan produk yang dikhususkan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan memiliki 2 akad yaitu akad Ijarah dan Qard. Produk talangan haji sebenarnya sudah ada sejak lama, namun beberapa tahun terakhir produk tersebut terhenti. Tetapi mulai pada tahun 2018, produk talangan haji kembali dikeluarkan oleh bank syariah kotabumi kantor kas bukit kemuning karena produk tersebut mulai meledak dengan seiring perkembangan zaman.

BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning merupakan kantor yang kegiatannya hanya menghimpun dana. Namun, kegiatan pemasaran tetap dilakukan oleh kantor tersebut meskipun produk yang ditawarkan adalah produk pembiayaan seperti talangan haji. Setiap karyawan melakukan pemasaran produk talangan haji kepada masyarakat dengan melakukan pendekatan kepada nasabah.

---

<sup>3</sup> Bapak Zual Fikri Funding Officer Pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2019

Berdasarkan hasil Penelitian yang dilakukan di BPRS Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, Berikut jumlah data pembiayaan Talangan Haji yang dilakukan oleh BPRS Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning dalam periode 2016 sampai dengan 2019.

**Jumlah Data Nasabah Produk Talangan Haji  
Tahun 2016-2019**

<b>Tahun</b>	<b>Nasabah Produk Talangan Haji</b>
<b>2016</b>	<b>34</b>
<b>2017</b>	<b>40</b>
<b>2018</b>	<b>65</b>
<b>2019</b>	<b>75</b>
<b>Total</b>	<b>214</b>

**Sumber:** Wawancara Kepada Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning pada Hari Jum'at tanggal 6 Desember 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada pembiayaan talangan haji di Bank Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning mengalami kenaikan dari tahun 2016-2019 ini dilihat dari jumlah nasabah produk Talangan Haji. Penerapan strategi pemasaran produk pembiayaan talangan haji inilah jumlah nasabah produk talangan haji yang ada di BPRS Kotabumi yang menarik perhatian penulis sehingga menurut penulis perlu untuk diadakan penelitian lebih lanjut yang dituangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul **Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning.**

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah dalam Pra-Survey ini adalah:

1. Bagaimana Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
2. Strategi pemasaran apa yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah untuk produk talangan haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk talangan haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning
- b. Untuk mengetahui Strategi pemasaran mana yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah untuk produk talangan haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning

### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang pemikiran mengembangkn kajian dalam bidang peran strategi pemasaran sekaligus memperkaya khazanah keilmuan.
- b. Penelitian ini dapat memperlas wawasan mengenai peran strategi pemasaran dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan sebagai

pembandingan antara teori yang didapatkan dibangku kuliah dengan praktik di lembaga yang bersangkutan

- c. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi tentang penerepan strategi pemasaran yang baik agar dapat diterima konsumen secara lebih luas.

#### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasilpenelitian terdahulu (prior research) tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.<sup>4</sup> Berdasarkan uraian di atas, ditemukan beberapa karya ilmiah yang menangkat tema pemasaran terhadap lembaga keuangan syariah.

1. Penelitian tentang talangan haji telah diteliti oleh Hosniyatul Hasanah mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2018, penelitian tersebut berjudul Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya, dalam penelitian tersebut peneliti melihat bahwa dalam penerapan produk talangan haji pada Pegadaian Syariah secara keseluruhan telah berhasil meningkatkan jumlah nasabah selama 3 tahun terakhir khususnya di Blauran Surabaya.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Zuhairi, pedoman penulisan karya ilmiah, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 39.

<sup>5</sup> Hosniyatul Hasanah, *Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*, (Surabaya: Uin Sunan Ampel, 2018).

2. Penelitian tentang produk talangan haji telah diteliti oleh Nur Sa'adal Mahasiswa UIN Raden Intan Bandar Lampung pada tahun 2019, penelitian tersebut berjudul Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Talangan Haji Di Bank BNI Syariah Bandar Lampung dalam penelitian tersebut peneliti melihat bahwa dalam menerapkan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank BNI Syariah belum terlalu optimal dan masih terdapat kekurangan yang perlu ditambahkan. Promosi merupakan hal yang masih dirasa kurang optimal dilaksanakan karena masih dibidang suatu produk baru di Bank BNI Syariah Bandar Lampung.<sup>6</sup>

Dalam uraian di atas penelitian ini memiliki kesamaan dengan peneliti lakukan, bahwa penelitian tersebut membahas tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk talangan haji. Namun terdapat perbedaan yaitu peneliti di atas berfokus kepada analisis bauran pemasaran dan pengolahan dana haji untuk memingkatkan jumlah nasabah.

Sedangkan penelitian fokus terhadap strategi pemasaran dalam memingkatkan jumlah nasabah produk baru talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning.

Deskripsi di atas menegaskan bahwa peneliti dengan judul Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit

---

<sup>6</sup> Nur Sa'adal, *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Talangan Haji Di Bank BNI Syariah Bandar Lampung*, (Bandar Lampung: UIN Raden Intan Bandar Lampung, 2019).

Kemuning, belum pernah diteliti sebelumnya. Khususnya lembaga IAIN  
Metro.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Peran Strategi Pemasaran**

##### **1. Pengertian Peran Strategi Pemasaran**

Peran adalah bentuk dari pelaku yang diharapkan dari seseorang pada situasi sosial tertentu. Bila yang diartikan adalah peran adalah perilaku yang diharapkan dari seseorang dalam status tertentu, maka perilaku peran adalah perilaku yang sesungguhnya dari orang yang melakukan peran tersebut, hakekatnya peran juga dapat dirumuskan sebagai sesuatu rangkaian perilaku tertentu yang ditimbulkan oleh suatu jabatan tertentu. Dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu perilaku atau tindakan yang diharapkan oleh sekelompok orang dan / atau lingkungan untuk dilakukan seseorang atau individu, kelompok, organisasi, badan atau lembaga yang karena status atau kedudukan yang dimiliki akan memberikan pengaruh pada sekelompok orang atau lingkungan tersebut.<sup>1</sup>

Menurut Kotler strategi pemasaran yaitu logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayaninya (diferensiasi dan positioning).

---

<sup>1</sup> W. J. S. Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, ( Jakarta : PN Balai Pustaka, 1984),Hal. 735

Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, lalu membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan, dan memuaskan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini.<sup>2</sup>

Uswatun Zambroni sebagaimana yang dikutip oleh Pandji Anoraga mendefinisikan strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu. Kemudian pengertian pemasaran seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.

Pemasaran dapat pula diartikan sebagai upaya untuk menciptakan dan menjual produk kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu. Pemasaran berusaha menciptakan dan mempertukarkan produk baik barang mau pun jasa kepada konsumen di pasar. Jadi pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri. Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan

---

<sup>2</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*, Jilid 1 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 6.



yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Pemasaran merupakan awal dari sebuah penjualan, dalam penjualan kinerja diukur berdasarkan berapa banyak jumlah transaksi yang berhasil ditutup dan beberapa nilai dari transaksi. Dilihat dari jangka waktu, *selling* bertujuan untuk mendapatkan *market share* dimana produk dan harga menjadi senjata dalam *selling*. Biasanya, pendekatan yang dilakukan oleh penjual dalam *selling* adalah membujuk dan meyakinkan pelanggan melalui presentasi.<sup>3</sup> Strategi juga dapat diartikan pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud, atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai.

Philip Kotler dan AB Susanto menyatakan bahwa pemasaran adalah sesuatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan dan pertukaran dengan yang lain.<sup>4</sup> Menurut *Asosiasi Pemasaran Amerika (AMA)* Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya. Kegiatan bidang pemasaran meliputi:

---

<sup>3</sup>. Herman Kartajaya, *Sales Operation. Edisi 2. Esensi* (Erlangga Group), (Jakarta: Erlangga Group, 2010), 210

<sup>4</sup>. Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 6.

- a. Tekanannya pada keinginan pelanggan
- b. Perusahaan pertama-tama menentukan apa yang diinginkan konsumen dan kemudian membuat dan menyerahkan produk untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, manajemen berorientasi ke laba usaha.
- c. Perencanaan berorientasi kehasil jangka panjang, berdasarkan produk-produk baru, pasar esok dan pasar yang akan datang.
- d. Tekanannya pada keinginan membeli sehingga secara umum pemasaran juga dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Jadi yang dapat penulis simpulkan mengenai peran strategi pemasaran adalah tindakan atau perilaku yang dilakukan seseorang yang menempati suatu posisi didalam suatu organisasi dalam melaksanakan atau melakukan suatu proses perencanaan perusahaan dalam memasarkan dan memperkenalkan produk ataupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai suatu tujuan dengan segala resiko yang akan dihadapi.

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

### a. Strategi Produk (*Product*)

Pihak perusahaan terlebih dahulu harus mendefinisikan, memilih, dan mendesain suatu produk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang akan dilayani. Produk dapat berupa barang (benda berwujud) dan jasa (tidak berwujud).<sup>5</sup>Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

- 1) Penentuan logo dan moto.
- 2) Menciptakan merek.
- 3) Menciptakan kemasan.
- 4) Keputusan label.

### b. Strategi Harga (*Price*)

Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut dipasar. Ada tiga strategi penetapan harga:

- 1) *Skimming pricing*, harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi

---

<sup>5</sup> *Ibid*, 61.

- 2) *Penetration pricing*, dengan menetapkan harga yang serendah-rendahnya mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.
- 3) *Status quo pricing*, harga ditetapkan sesuai dengan harga pesaing.

**c. Strategi Lokasi Dan Distribusi (*Place*)**

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada serta mendistribusikan barang dan jasa. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan pertimbangan sebagai berikut: <sup>6</sup>

- 1) Dekat dengan kawasan industri.
- 2) Dekat dengan lokasi perkantoran.
- 3) Dekat dengan lokasi pasar.
- 4) Dekat dengan pusat pemerintahan.
- 5) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.
- 6) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi.
- 7) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik dan lain-lain).

**d. Strategi Promosi (*Promotion*)**

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam kegiatan ini perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 230.

Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi itu adalah: <sup>7</sup>

- 1) Periklanan (*advertising*)
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)
- 3) Publisitas (*publicity*)
- e. Penjualan pribadi (*personal selling*)

**e. Strategi Orang (*people*)**

Bauran pemasaran *people*, berhubungan dengan perencanaan sumber daya, job specification, job description, rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan, dan motivasi kerja. Perencanaan sumber daya manusia (SDM) merupakan fungsi yang pertama-tama harus dilaksanakan dalam organisasi. Perencanaan SDM adalah langkah-langkah tertentu yang diambil oleh manajemen guna menjamin bahwa bagi organisasi tersedia tenaga kerja yang tepat untuk menduduki berbagai kedudukan, jabatan, dan pekerjaan yang tepat pada waktu yang tepat.

**f. Strategi Proses (*Process*)<sup>8</sup>**

Sebuah strategi proses atau transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi barang dan jasa.

---

<sup>7</sup> *Ibid*, 230

<sup>8</sup> *Ibid*, 231

Tujuan strategi proses adalah menemukan suatu cara memproduksi barang dan jasa yang memenuhi persyaratan pelanggan dan spesifikasi produk yang berada dalam batasan biaya dan manajerial lain. Proses yang dipilih akan mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi dan produksi, begitu juga pada fleksibilitas biaya dan kualitas barang yang diproduksi.

Strategi proses juga berhubungan dengan tata letak ruang alur produksi dan alur penjualan produk. Tata letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi dalam jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, dan biaya, serta, kualitas lingkungan kerja, kontak pelanggan dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon cepat.

**g. Lingkungan fisik (*Physical Evidence*)**

Lingkungan fisik (*physical evidence*) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakkan dan layout yang nampak sebagai objek.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan oleh penulis bahwa bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali berupa Produk, Harga, Tempat Dan Promosi yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dipasaran. Pengertian lain bauran pemasaran menurut penulis yaitu strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Dalam dunia perbankan, bauran pemasaran menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan lembaga keuangan syariah. Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yakni Produk, Harga (Price), Tempat, dan Promosi lalu bauran pemasaran ditambah menjadi 3P yakni, Orang (People), Bukti Fisik (Physical Evidence), dan Proses.

### **3. Tujuan Strategi Pemasaran**

Tujuan perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang di harapkan.<sup>9</sup> Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:

---

<sup>9</sup> Kasmir, *Manajemen Pemasaran, Rajawali*, (Jakarta, 2008), 177.

- a. Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
- b. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- c. Sebagai dasar lgis dalam mengambil keputusan pemasaran
- d. Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

#### **4. Manfaat Strategi Pemasaran**

Manfaat strategi pemasaran bagi perusahaan adalah merupakan dasar dan arah bagi perusahaan tersebut agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Setiap perencanaan yang matang dan sedikit resiko akan membantu perusahaan untuk tetap bersaing.<sup>10</sup>

Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya strategi strategi yang diterapkan, diantaranya:

- a. Pedoman yang konsisten bagi pelaksanaan keputusan-keputusan
- b. Perusahaan menjadi peka terhadap lingkungan
- c. Membantu dalam mengambil keputusan
- d. Menekan terjadinya peluang-peluang kesalahan dalam penerapan tujuan.

---

<sup>10</sup>. Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali, 2008), 177.



## **B. Talangan Haji**

### **1. Pengertian Talangan Haji**

Talangan Haji adalah pinjaman dari Lembaga Keuangan Syariah kepada nasabah untuk menutupi kekurangan dana, guna memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) atau dana yang diberikan kepada lembaga keuangan syariah kepada calon jamaah haji untuk memenuhi persyaratan minimal setoran awal BPIH sehingga nasabah dapat menerima porsi haji sesuai dengan ketentuan kementerian Agama.<sup>11</sup>

Nasabah kemudian wajib mengembalikan sejumlah uang yang dipinjam itu dalam jangka waktu tertentu. Kemudian Lembaga Keuangan Syariah ini mengurus pembiayaan BPIH berikut berkas-berkasnya sampai nasabah tersebut mendapatkan kursi haji. Atas jasa pengurusan haji tersebut, Lembaga Keuangan Syariah memperoleh imbalan, yang besarnya tak didasarkan pada jumlah dana yang dipinjamkan.

### **2. Dana Talangan Haji<sup>12</sup>**

Persoalan haji menjadi salah satu hal penting di Indonesia, hal disebabkan Indonesia merupakan Negara mayoritas Muslim terbesar di Dunia. Prosentase Muslim di Indonesia mencapai 12, 7 persen dari populasi dunia. Secara keseluruhan, dilaporkan 20sedikitnya 88, 1 persen dari total 205 juta penduduk Indonesia beragama Islam. Besarnya

---

<sup>11</sup> Ahmad Maulidizien, *Dana Talangan Haji, Fatwa DSN Dan Praktek Di LKS*, Jurnal As Syir'ah Vol 45, No II, 2011, 1473.

<sup>12</sup> Rahmad Hakim dan Erik Suhendra, *Dana Talangan Haji perspektif masalah mursalah*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 3, No I, 2018, 9-10.

populasi ummat Muslim di Indonesia mengungguli beberapa Negara Muslim lainnya, seperti: Pakistan, India, Bangladesh, Mesir, Iran, Turki dan Negara Muslim lainnya (The Pew Forum on Religion & Public Life, 2010). Dengan penduduk yang mayoritas Muslim, tentu berimplikasi terhadap banyaknya jumlah calon jamaah haji yang melaksanakan ibadah haji setiap tahunnya.

Dengan tren jamaah haji dan minat calon jamaah haji yang terus meningkat setiap tahunnya, pemerintah Indonesia terus melakukan peningkatan dalam pengelolaan haji, hingga terbentuknya Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH). Selanjutnya, dalam realitas yang terjadi minat dari masyarakat untuk menunaikan ibadah haji tidak sebanding dengan kemampuan, sehingga institusi perbankan syariah menawarkan jasa layanan haji kepada mereka melalui dana talangan haji. Jasa layanan dana talangan haji adalah kebijakan dari Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan memberikan kesempatan kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) untuk memberikan alternatif solusi atas permasalahan tersebut. Sehingga muncul beberapa fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI diantaranya: fatwa DSN MUI No. 9 /DSN-MUI/IV/2000 Jasa layanan haji menggunakan akad sewa(ujrah); fatwa DSN MUI No.19 /DSN-MUI/IV/2001 perubahan akad jasa layanan haji menggunakan akad pinjaman (qardh); fatwa DSN MUI No. 29/DSN-MUI/VI/2002 perubahan

akad dana talangan haji menjadi akad pinjaman dan sewa (qardh wal ijarah).

Mekanisme dalam pembiayaan talangan haji di lembaga keuangan syariah adalah, dimana pinjaman (qardh) dari bank syariah kepada nasabah bertujuan menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi (seat) haji pada saat pelunasan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH). Dana talangan tersebut dijamin dengan deposit berupa tabungan oleh nasabah. Selanjutnya, nasabah memiliki tanggungan kewajiban untuk melunasi besaran dana yang telah diperoleh melalui mekanisme pinjaman dalam jangka waktu tertentu dari lembaga keuangan syariah.<sup>13</sup>

Berdasarkan layanan jasa yang telah diberikan, lembaga keuangan syariah memperoleh imbalan (fee/ujrah). Adapun alur transaksi pembiayaan haji, yaitu:

- a. Nasabah mengajukan permohonan pengurusan perolehan porsi seat haji.
- b. Nasabah mengajukan permohonan untuk keperluan dana setoran awal BPIH,
- c. Bank melakukan analisa atas permohonan pembiayaan haji,
- d. Bila telah disetujui, dilakukan penandatanganan kesepakatan Akad (Ijarah pengurusan perolehan porsi seat haji dan akad pembiayaan Qardh).

---

<sup>13</sup> *Ibid*, 11.

- e. Bank melakukan pengurusan perolehan porsi seat haji dengan melakukan pendaftaran melalui SSKOHAT.
- f. Nasabah melakukan pembayaran atas ujah yang telah disepakati dan pelunasan qardh baik secara angsuran maupun sekaligus sesuai kesepakatan.

### **3. Prinsip Talangan Haji**

#### **a. Qard**

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbala. Dalam literatur fiqih klasik, Qardh dikategorikan dalam Aqd Tathawwui atau akad saling membantu dan bukan transaksi komersial.<sup>14</sup> Dalam perjanjian Qardh, pemberi pinjaman (bank syariah) memberikan pinjaman pada pihak nasabah dengan ketentuan bahwa penerima pinjaman akan mengembalikan pinjaman sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan dengan jumlah yang sama dengan pinjaman yang diterima. Artinya, nasabah penerima pinjaman tidak perlu memberikan tambahan atas pinjamannya. Salah satu aplikasi Qardh dalam perbankan, akad ini menjadi tambahan bagi nasabah pembiayaan yang memerlukan dana mendesak untuk membiayai usaha.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2010), 131.

<sup>15</sup> Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 1999), 205.

Namun pada saat ini di aplikasikan sebagai pinjaman talangan haji dimana nasabah calon haji penyetoran biaya perjalanan haji. Nasabah akan melunasinya sebelum keberangkatan ke haji.<sup>16</sup>

#### **b. Ijarah**

Ijarah berasal dari bahasa Arab yaitu Al-Ajru yang berarti imbalan atau lebih dikenal dengan ganti atau upah yang diberikan sebagai kompensasi sebuah pekerjaan. Dalam ekonomi syariah yang sudah dikenal dengan akad Al Ijarah yang memiliki pengertian suatu akad pemindahan hak guna atas barang dan jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.<sup>17</sup>

Jadi, pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya. Produk Talangan Haji pada Bank Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning menggunakan dua akad tersebut yaitu Qardh dan Ijarah. Namun, pada saat ini nasabah banyak memilih dengan menggunakan akad Ijarah dikarenakan jangka waktu yang diberikan lebih lama yaitu sekitar satu sampai enam tahun. Sedangkan pada akad Qardh jangka waktu yang diberikan hanya satu tahun, jadi masyarakat lebih banyak menggunakan akad Ijarah dengan jangka waktu yang lebih lama.

---

<sup>16</sup> Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi Dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), 84.

<sup>17</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muammalah Kontemporer*, (Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2016), 101.

#### 4. Sistem Talangan Haji

Bentuk dana akad talangan haji ini adalah seseorang yang ingin mendaftar haji mendatangi salah satu lembaga keuangan syariah lalu mendaftarkan diri untuk haji dengan membuka rekening tabungan haji.<sup>18</sup>

##### a. Akad Qardh

Sistem qardh menggunakan jangka waktu 1 tahun. Qardh suatu pinjaman murni dengan DP Rp. 5.966.000, -. Untuk mendapatkan porsi haji nasabah harus mengeuarkan dana sebesar Rp. 25.000.000, sedangkan bank memberikan dana talangan sebesar Rp. 22.500.000, -. Dengan DP tersebut nasabah menutup kekurangan dana sebesar Rp. 2.500.000. Sedangkan untuk sisa DP sebesar Rp. 3.466.000 digunakan untuk membayar biaya-biaya administrasi.

##### b. Akad Ijarah

System ijarah dalam talangan haji biasa digunakan untuk angsuran dana talangan haji yang akan dibayar secara angsuran setiap bulannya dengan jangka waktu yang telah disepakati oleh pihak bank dan nasabah.. Jika dalam pembayaran angsuran nasabah mengalami biaya macet dalam waktu yang telah ditentukan, maka porsi haji akan ditarik.

---

<sup>18</sup> Bapak Zual Fikri Funding Officer Pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning Wawancara Pada Tanggal 24 Juli 2019

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu bentuk metode penelitian yang mengikuti proses pengumpulan data, penulisan dan penjelasan atas data dan setelah itu dilakukan analisis. Deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini ditemukan dilapangan terkait dengan Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru

Talangan Haji Pada BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning.<sup>1</sup>

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.<sup>2</sup> Penelitian ini yang menjadi sumber primer untuk mendapatkan data dari pihak Bank yaitu dari Kepala Kantor Kas, *Funding Officer*, *Customer Service* dan 5 orang nasabah pada BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning.

### **2. Sumber Data sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.<sup>3</sup> Selain itu data sekunder yang diperoleh dijadikan sebagai pendukung data primer. Teknik dalam mengumpulkan data sekunder dilakukan dengan metode studi perpustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan berbagai macam material yang terdapat diperpustakaan.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> *Ibid*, 17.

<sup>2</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistika*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), 19.

<sup>3</sup> *Ibid*, 19.

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 202.



### C. Teknik Pengumpulan Data

Keberhasilan suatu analisis data sangat diperlukan adanya kesempurnaan dan kelengkapan data yang telah dikumpulkan oleh seseorang peneliti. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut.

#### 1. Interview (Wawancara)

Wawancara atau interview digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dan responden.<sup>5</sup> Adapun yang penulis wawancara dalam penelitian ini adalah pihak dari Kepala Kantor Kas Bapak Agus Prasetyo, S.TP, *Funding Officer* Bapak Zual Fikri, *Customer Service* Ibu Desna Yulinda dan 5 orang nasabah pada BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning yang dianggap perlu dalam melengkapi data penulis.

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik atau metode pengumpulan data dengan cara mengambil data dari dokumen-dokumen yang ada. Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, dan sebagainya.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 231.

#### **D. Metode Analisis Data**

Pada penulisan ini menggunakan metode analisis kualitatif. Menurut Lexi J. Moeleong, analisis kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilahnya, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan ada yang dipelajari dan memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain<sup>6</sup>

Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif. Berfikir induktif merupakan suatu cara berfikir yang berawal dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit kemudian dari fakta dan peristiwa tersebut ditarik kesimpulan.

Berdasarkan keterangan di atas, maka dalam menganalisa data penulis menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data tersebut di analisa dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berawal dari informasi tentang Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji pada BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning.

---

<sup>6</sup> Lexy J. Moleong, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, 248.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning**

##### **1. Sejarah PT. BPR Syariah Kota Bumi<sup>1</sup>**

PT. BPR Syariah Kotabumi merupakan bentuk Investasi penanaman modal oleh Pemerintah Kab.Lampung Utara dalam Bentuk Badan Usaha Milik Daerah dibidang Jasa Perbankan. BUMD ini mulai beroperasi pada tanggal 29 Juli 2008 di resmikan oleh Gubernur Lampung yang pada saat itu di jabat oleh Drs.Syamsurya Ryacudu dengan modal dasar sebesar Rp. 15.000.000.000, - (Lima Belas Milyar Rupiah) dari jumlah modal dasar tersebut, modal yang sudah di setor kepada PT. BPR Syariah Kotabumi per-Desember 2017 adalah sebesar Rp. 10.525.000.000, - (Sepuluh Milyar Lima Ratus Dua Puluh Lima Juta Rupiah) berdasarkan persentase kepemilikan saham, maka Pemerintah Kabupaten Lampung Utara merupakan Pemilik Saham Pengendali (PSP) karena memiliki 99, 76% dari total seluruh saham PT. BPR Syariah Kotabumi.

Setelah sebelas tahun beroperasi, PT. BPR Syariah Kotabumi semakin maju dan berkembang. Berdasarkan data yang ada bahwa perseroan berhasil menghimpun dana masyarakat dari berbagai kalangan masyarakat yang berada di Provinsi Lampung, Sumatera Barat, Sumatera Selatan,

---

<sup>1</sup> Dokumentasi PT. BPR Syariah Kotabumi, JL. Soekarno Hatta No. 181/45 Tanjung Harapan Kotabumi Lampung Utara.

Bangka Belitung dan DKI Jakarta. Produk yang menjadi andalan untuk menghimpun dana adalah produk deposito dengan bagi hasil yang sangat tinggi. Penandatanganan Prasasti Peresmian PT. BPR Syariah Kotabumi 29 Juli 2008 oleh Drs. Syamsurya Ryacudu di damping oleh Hairi Fasyah dan pimpinan Bank Indonesia Bandar Lampung, Bapak Dahlan. PT. BPRS Kotabumi melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan surat perizinan:

- a. Peraturan daerah No. 02 Tahun 2007 tentang Perusahaan Daerah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (PD.BPRS) Kotabumi.
- b. Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 10/50/KEP/GBI/DpG/2008 tentang pemberian izin usaha PD.BPR Syariah Kotabumi.
- c. Peraturan Daerah No. 7 Tahun 2009 tentang perubahan peraturan daerah Kabupaten Lampung Utara Nomor 2 Tahun 2007 tentang perusahaan daerah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (PD.BPRS) Kotabumi.
- d. Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor: 13/6/KEP.PBI/2011 Tanggal 29 November 2011 tentang penetapan penggunaan Izin Usaha PD. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Kotabumi menjadi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Kotabumi. Kantor Pusat PT. BPR Syariah Kotabumi Terletak di Jl. Soekarno Hatta No.181 Kotabumi Lampung Utara. Pada Saat ini PT.BPR Syariah Kotabumi Memiliki dua Kantor Cabang yaitu Kantor Cabang Bandar Lampung yang terletak di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam No.25D Gedong Meneng dan Kantor Cabang Panaragan yang terletak di Jl. Brawijaya Panaragan Tulang

Bawang Barat. Selain itu PT.BPR Syariah Kotabumi Juga Memiliki Kantor Kas, yaitu Kantor Kas Bukit Kemuning yang terletak di Jl. Baturaja No.04 Pasar Bukit Kemuning Lampung Utara yang didirikan pada tanggal 14 Februari 2012 diresmikan oleh Bupati Lampung Utara Bpk.Drs. H. Zainal Abidin. M.M.

## **2. Visi dan Misi**

Visi BPRS Kotabumi Menjadi Bank Syariah yang dapat berdaya saing serta berpartisipasi dalam membangun daerah untuk menuju kemakmuran dan kesejahteraan Umat.

Misi BPRS Kotabumi berpartisipasi dalam membangun daerah, memberikan pelayanan dan jasa perbankan dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

- a. Mengajak seluruh masyarakat untuk menghindari praktik pelepas uang (Rentenir).
- b. Mengajak masyarakat untuk meningkatkan persatuan dan kesatuan (Ukhuwwah Islamiah) meningkatkan taraf ekonomi serta mengajak mereka untuk bersama mengembangkan sistem ekonomi Islam untuk mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera. Mengajak masyarakat untuk meningkatkan persatuan dan kesatuan (ukhuwa Islamiyah) meningkatkan taraf ekonomi serta mengajak mereka untuk bersama mengembangkan sistem ekonomi Islam untuk mewujudkan masyarakat yang makmur dan sejahtera.

### 3. Produk-Produk Di BPR Syariah Kota Bumi

Secara garis besar, produk yang ditawarkan meliputi tiga jenis produk yaitu produk, sebagai berikut:

#### a. Produk Tabungan

##### 1) Tabungan Wadi'ah

Yaitu simpanan pihak ketiga pada Bank Syariah Kotabumi yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja.

##### 2) Tabungan Mudharabah

Pada prinsipnya tabungan ini sama dengan tabungan wadi'ah hanya saja tabungan ini berjangka dengan kesepakatan bersama antara nasabah.

##### 3) Tabungan Pendidikan

Tabungan pendidikan ini bersifat kolektif. Apabila bendahara sekolah memegang tabungan anak atau anak murid, yang disimpan dirumah saja, resiko yang muncul cukup besar. Lebih baik disimpan di Bank Syariah Kotabumi pada tabungan pendidikan.

##### 4) Tabungan Qurban

Manfaat dari tabungan qurban untuk menawarkan terwujudnya ibadah qurban, menawarkan keringanan persiapan ibadah qurban dan sarana cepat mewujudkan ibadah qurban.

##### 5) Tabungan Haji

Tabungan haji diperuntukkan bagi kaum muslimin dan muslimat calon jamaah haji dalam rangka persiapan biaya

perjalanan ibadah haji. Tabungan haji merupakan simpanan syariah berakad wad'iah adh dhamanah, diperuntukkan bagi perorangan untuk membantu mewujudkan atau merencanakan naik haji (membayar biaya penyelenggaraan ibadah haji/BPIH) yang memberikan kemudahan dan keamanan dalam penyetoran, bebas biaya bulanan dan mendapatkan bonus yang mengutukan.

#### 6) Deposito Mudharabah

Deposito Bank Syariah Kotabumi adalah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah. Dengan prinsip ini nasabah diperlakukan sebagai investas. Bank Syari'ah Kotabumi memanfaatkan dana deposito anda secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat atau dalam bentuk harta produktif lainnya secara professional dan sesuai syari'ah. Hasil usaha ini dibagi antara nasabah dan Bank Syariah Kotabumi sesuai nisbah yang disepakati.

#### b. Produk Pembiayaan

##### 1) Pembiayaan Al-Murabahah

Jual beli dengan harga asah di tambah keuntungan yang di sepakati antara pihak bank dengan nasabah, dalam hal ini bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai kesepakatan.

## 2) Pembiayaan Ijarah Multijasa

Pada prinsipnya sama dengan ijarah, hanya saja dalam ijarah multijasa menyewakan jasa yang bersifat konsumsi seperti untuk keperluan biaya pendidikan, biaya kesehatan, dan lain-lain.

## 3) Pembiayaan Al-Mudharabah

Adalah kerja sama dua orang atau lebih dimana pemilik modal memberikan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian pembagian keuntungan

## 4) Pembiayaan Al-Musyarakah

Adalah salah satu produk bank syariah yang mana terdapat dua pihak atau lebih yang bekerja sama untuk meningkatkan asset yang dimiliki bersama dimana seluruh pihak memadukan sumber daya yang mereka miliki baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

### c. Jasa Pelayanan

#### 1) Pelayanan Talangan Haji

#### 2) Pelayanan Talangan Umrah

#### 3) Pelayanan Transfer Online

#### 4) Pelayanan Menerima dan Menyalurkan Zakat

### **B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Talangan Haji BPR Syariah Kantor Kas Bukit Kemuning**

Produk talangan haji merupakan pinjaman dari bank syariah nasabah untuk menutupi kekurangan dana, guna memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH (biaya pelaksanaan ibadah haji) kemudian nasabah wajib



membayar sisanya dalam jangka waktu tertentu. Akad yang digunakan pada produk talangan haji adalah akad *Ijarah Multijasa* dan *Qardh*.

Penyampaian informasi mengenai nasabah yang akan mengambil dana talangan haji (*Customer Service*) pada pembiayaan talangan haji, calon nasabah harus menyerahkan setoran awal dahulu, setoran awal merupakan jumlah minimal yang harus disetorkan sebagai syarat pembukuan. Selain setoran awal, calon nasabah harus mengetahui setoran angsuran berdasarkan plafond dan jangka waktu yang dipilih.<sup>2</sup>

Plafon merupakan jumlah maksimum fasilitas yang diterima oleh calon debitur sebagaimana tercantum dalam perjanjian akad. Angsuran merupakan pembayaran cicilan/bayaran uang tunai sebagai pembayaran angsuran yang besarnya telah ditentukan besar kecilnya yang tergantung pada lamanya jangka waktu angsuran.

Dalam memasarkan produk dana talangan haji (*Funding Officer*) juga menerangkan bahwa dalam menjalankan strategi atau syarat-syarat yang telah ditetapkan<sup>3</sup>. Saat pengajuan pembayaran talangan haji calon nasabah harus melengkapi seluruh berkas persyaratannya pengajuan talangan haji pada BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning adalah sebagai berikut: <sup>4</sup>

1. Mengisi aplikasi talangan haji
2. Fotocopy KTP yang masih berlaku
3. Fotocopy buku nikah

---

<sup>2</sup> Ibu Desna Yulinda, selaku *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>3</sup> Bapak Tomy Ardiansyah, selaku *Marketing/Funding Officer* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>4</sup> Dokumentasi berupa brosur dari BPRS Kotabumi

4. Fotocopy kartu keluarga
5. Materai 6000
6. Foto suami + istri 3x4
7. Fotocopy rekening listrik 3 bulan terakhir
8. Fotocopy PBB
9. Fotocopy NPWP
10. Surat keterangan usaha dari kelurahan
11. NCR/daftar gaji dilegalisir saat mendaftar (untuk PNS)
12. Slip gaji/daftar gaji/kwitansi gaji bulan saat mendaftar (untuk karyawan swasta).

Dalam memasarkan produk talangan haji agar nasabah berminat dan merasa aman mengambil dana talangan haji (*Funding Officer*) menjelaskan bahwa produk talangan haji merupakan produk BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning yang dikeluarkan pada tahun 2018, terhitung dari tahun 2018 sampai pada saat ini. Kantor kas bukit kemuning telah mendapatkan sebanyak 30 orang. Jumlah tersebut dinilai cukup besar karena produk talangan haji ini baru dikeluarkan kembali oleh bank syariah kotabumi, jadi masyarakat yang belum mengetahui adanya produk talangan haji karena jumlah ini yang mereka ketahui adalah produk tabungan haji.<sup>5</sup>

Selain mewawancarai *funding officer* dan *customer service* peneliti juga melakukan wawancara dengan Bapak Agus Prasetyo selaku Kepala Kantor Kas sebelum memasarkan produk talangan haji, pihak kantor kas

---

<sup>5</sup> Bapak Tomy Ardiansyah, selaku Marketing/*Funding Officer* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

merancang strategi pemasaran atau tujuh komponen pemasaran agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan dengan lancar.<sup>6</sup> Dalam penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak kantor kas diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Produk (*Product*)

Dalam menerapkan strategi pemasaran seperti produk yang ada di bank kantor kas bukit kemuning, pihak kantor kas sangat mempertimbangkan kepuasan calon nasabahnya. Dengan demikian penerapan strategi pemasaran produk talangan haji yang dilakukan oleh kantor kas adalah dengan menampilkan mutu dari produk talangan haji sehingga memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sarannya. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas, dan kemudahan yang terdapat di dalam karakteristik produk, seperti yang dijelaskan oleh bapak Agus Prasetyo selaku kepala kantor kas, antara lain:

- a. Dana talangan untuk pemberangkatan haji para nasabah
- b. Semua nasabah atau calon nasabah bank syariah kotabumi kantor kas bukit kemuning berhak menjadi nasabah talangan haji, bagi mereka yang sudah mampu dan memenuhi syarat.
- c. Dana talangan haji yang menggunakan akad *Ijarah Multijasa* dan *Qardh*.
- d. Memudahkan nasabah untuk mendapatkan porsi haji.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>7</sup> Ibu Desna Yulinda, selaku *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

Dalam pelaksanaannya produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah, karena memberi kemudahan dan memberikan manfaat kepada nasabahnya. Memudahkan nasabah karena nasabah tidak harus menunggu saldo maksimum dalam mendapatkan porsi haji, nasabah mendapatkan manfaat dapat berangkat ibadah haji.

## 2. Harga (*Price*)

Harga produk talangan haji sesuai wawancara dengan bapak Agus Prasetyo selaku kepala kantor kas menjelaskan bahwa harga sangat mempengaruhi laku atau tidaknya produk dipasar, akan tetapi harga pada produk talangan haji sesuai dengan keputusan lembaga pusat, nasabah juga dapat memilih plafon sesuai dengan keinginan dan kemampuan dari nasabah itu sendiri, cara tersebut juga merupakan strategi agar meningkatkan jumlah nasabah talangan haji.<sup>8</sup>

Biaya dana talangan haji yaitu sebanyak Rp. 25.000.000 di mana bank memfasilitasi sebanyak Rp. 22.500.000 ditambah biaya *Ujrah* sebesar Rp. 2.000.000 dan biaya Rp. 500.000, oleh karena itu nasabah harus menyediakan dana sebanyak administrasi dan biaya asuransi sebesar Rp. 500.000. *ujrah* merupakan imbalan jasa bank setelah memfasilitasi pengambilan porsi talangan haji, sebagaimana yang tercantum dalam fatwa DSN-MUI No. 9/DSN-MUI/IV/2000.

---

<sup>8</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

### 3. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi dalam memasarkan produk talangan haji ini adalah melalui brosur-brosur, door to door, sosialisasi ke masyarakat, mengunjungi instansi-instansi. Promosi penunjang juga dilakukan oleh kantor pusat melalui radio yang cakupannya cukup luas jadi informasi tersebut tersebar luas ke masyarakat. Adapun tim kantor kas memanfaatkan sosial media untuk melakukan kegiatan promosi. Seperti yang disampaikan oleh bapak Agus Prasetyo selaku Kepala Kantor Kas dan bapak Tomy Ardiansyah selaku *funding officer* yang menyatakan bahwa promosi yang dilakukan tim kantor khususnya Funding officer/marketing melakukan berbagai macam cara mulai dari door to door, sosialisasi ke masyarakat, mengunjungi instansi-instansi, pasar, sekolah-sekolah serta menyebarkan brosur dan kegiatan promosi penunjang juga dilakukan oleh kantor pusat melalui radio.<sup>9</sup>

Berbagai macam promosi dilakukan oleh tim kantor kas seperti halnya memanfaatkan media elektronik, dan saat ini media yang kita pakai masih melalui media elektronik (Radio).<sup>10</sup> Kegiatan promosi seperti sosialisasi, ketika tim kantor kas melakukan kegiatan penagihan terhadap nasabah kemudian tim kantor kas memanfaatkan kegiatan tersebut dengan menawarkan produk talangan haji. Kemudian melakukan sosialisasi kepada masyarakat tim kantor kas melakukan kegiatan tersebut biasanya pada

---

<sup>9</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>10</sup> Bapak Tomy Ardiansyah, selaku Marketing/*Funding Officer* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

pengajian ibu-ibu, dengan bekerja sama meminta izin mengatur jadwal dengan ketua pengajian untuk di adakannya kegiatan sosialisasi yang dapat dihadiri pula oleh tokoh-tokoh masyarakat atau orang-orang penting dalam masyarakat.

Tim kantor kas juga mengunjungi instansi-instansi seperti perkantoran. Meskipun tidak memiliki kerjasama antar kantor namun calon nasabah tersebut merupakan nasabah dari produk lain di bank yang sama dimana tim dapat lebih mudah memperkenalkan produk talangan haji. Memfaatkan media sosial juga dilakukan, tiap karyawan memiliki akun-akun sosial media yang digunakan sebagai alat promosi melalui postingan-postingan tentang produk talangan haji. Adapun kendala yang dialami oleh bagian *Marketing* yaitu bapak Tomy Ardiansyah *Dan Customer Service* yaitu ibu Linda berbagai macam kegiatan promosi yang telah dilakukan dalam menyebarkan brosur dengan menjelaskan kepada calon nasabah yang setiap hari mereka temui dipasar yang mereka kenal dekat dapat dinilai lebih efektif di banding dengan calon nasabah baru karena mereka kurang tertarik, karena itu mereka lebih seing menawarkannya kepada orang-orang yang dikenal.

#### 4. Tempat (*place*)

Lokasi dimana tim kantor kas akan memasarkan produk talangan haji sesuai interaksi yang dipakai, dalam hal ini tim kantor kas bukit kemuning memakai interaksi dengan mendatangi langsung calon nasabah. Namun dapat pula nasabah langsung mendatangi kantor kas Karena lokasi

kantor kas yang strategis terletak di sekitaran pasar bukit kemuning. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu nasabah yang bernama ibu Sri Handayani, lumayatun Jamaah dan oleh bapak Agus Prastyo selaku kepala kantor kas, sebagai berikut lokasi kantor kas yang strategis dapat memudahkan nasabah untuk mendatangi kantor, namun kami juga sering mendatangi langsung calon nasabah cara ini dianggap masih efektif karena dengan begitu sebuah hubungan relasi yang baik akan terbangun dengan baik.<sup>11</sup>

Selama menjadi nasabah dana talangan haji di BPR Syariah Kantor Kas Bukit Kemuning saya selaku nasabah merasa pelayanan dan kebutuhan sudah sesuai dengan yang diharapkan karena saya sendiri adalah seorang ibu rumah tangga kebetulan terkadang terkandala dengan kendaraan jika saya tidak bisa ke kantor pihak bank atau *customer service* bisa mengusahakan untuk datang langsung kerumah, dan penyampaian *customer service* pun begitu baik dan menjelaskan dengan teliti maka dari itu saya memilih untuk menjadi nasabah di BPR Syariah Kantor Kas Bukit Kemuning.<sup>12</sup>

##### 5. Sumber Daya Manusia (*people*)

Dalam hal ini kepala kantor kas menyadari bahwa pegawai khusus atau karyawan bagian marketing, motivasi, pelatihan serta seleksi yang baik adalah bagian hal yang penting. Tim kantor kas masih belum cukup

---

<sup>11</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>12</sup> Ibu Sri Handayani Dan Ibu Lumayatun Jamaah, selaku Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30

untuk melakukan pemasaran karena tidak adanya karyawan bagian *Funding Officer/Marketing* yang dapat lebih fokus melaksanakan pemasaran.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Agus Prasetyo selaku Kepala Kantor Kas menjelaskan bahwa SDM di kantor kami masih kurang karena tidak memiliki petugas khusus dalam melaksanakan pemasaran terlebih lagi pemasaran pada produk talangan haji.<sup>13</sup>

Sumber daya manusia pada kantor kas belum maksimal untuk melaksanakan pemasaran produk talangan haji, dikarenakan tidak adanya petugas khusus dalam memasarkan. Namun dengan adanya motivasi dari pimpinan yang biasa disampaikan pada saat brifing pagi, seperti adanya reward ketika mencapai target dan ada pul funishment ketika tidak mencapai target sangat mempengaruhi kinerja dari tim kantor kas.

#### 6. Proses (*process*)

Semua aktifitas kerja dalah proses yang melibatkan prosedur, jadwal, mekanisme, aktivitas dan rutinitas. Proses ini merupakan bagian yang penting bagi perkembangan bank syariah dapat menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan efektif. Dalam prosedur pelayanan sendiri ada beberapa calon nasabah yang terkadang lupa tidak membawa salah satu dari persyaratan pengajuan pembiayaan talangan haji, tugas administrasi yang juga dilakukan oleh *Funding Officer* juga akan mengganggu tugas utama.

---

<sup>13</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30



Dalam proses ini seperti halnya prosedur pelayanan, ada beberapa dari calon nasabah yang lupa membawa salah satu berkas dari persyaratan yang dapat memperlambat proses pelayanan, apalagi dalam masa Covid ini kebanyakan calon nasabah mengalami kesulitan dalam hal angsuran pembiayaan yang akan dijalani apabila sudah menjadi nasabah.<sup>14</sup>

Dijelaskan juga oleh ibu Desna Yulinda selaku *Customer Service* menyampaikan bahwa proses pelayanan dan mekanisme yang kami lakukan dalam melayani nasabah talangan haji sesuai dengan prosedur yang ditetapkan, ketika berkas pengajuan tersebut telah terpenuhi dan sesuai maka akan segera diproses.<sup>15</sup>

Dalam prosedur pelayanan yang dapat menghambat dari pelayanan tersebut adalah calon nasabah itu sendiri, setelah kemudian dilengkapi berkas-berkas pengajuan pada saat datang ke Bank Syariah Kantor Kas Bukit Kemuning calon nasabah tidak membawa salah satu persyaratan, dimana hal tersebut akan menghambat prosesnya. Nasabah dapat bolak-balik ke kantor untuk mengambil berkas tersebut, namun ketika rumah dari calon nasabah berjauhan dengan lokasi bank syariah maka proses akan terhambat dan dapat dilanjutkan keesokan harinya. Hal tersebut juga menjadi suatu kendala/kesulitan yang dialami oleh bapak/ibu nasabah. Wawancara dengan nasabah ke 3 yaitu bapak Ridwan Affandi Iya terkadang kelalaian sendiri lupa membawa salah satu berkas

---

<sup>14</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

<sup>15</sup> Ibu Desna Yulinda, selaku *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

persyaratan yang seharusnya hari ini sudah selesai tapi besok harus kembali lagi.<sup>16</sup>

#### 7. Bukti fisik (*physycal evidence*)

Penampilan fisik dari perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Seperti halnya bangunan, gedung kantor kas yang berwarna orange, kebersihan lingkungan yang terjaga, fasilitas kursi tunggu bagi nasabah cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah. Wawancara dengan nasabah ke 4 yaitu Bapak Dono Sukoco merasa nyaman dengan peelayan yang ada di bank begitupun dengan karyawannya yang ramah, hal itu juga yang membuat saya selalu tertarik untuk menjadi nasabah di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning ini.<sup>17</sup>

Berdasarkan wawancara dengan kepala kantor kas bapak Agus Prasetyo dan ibu Desna Yulinda selaku *Customer Service* yang menjelaskan bahwa cara dan bentuk pelayanan sangat utama, kami selalu menempatkan 5S agar nasabah merasa nyaman, cirri khas gedung yang berwarna orange menurut kami sangat menarik, lokasi yang bersih.<sup>18</sup> Pelayanan yang baik serta penampilan atau seragam kami sangat berpengaruh dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk kami

---

<sup>16</sup> Bapak Ridwan Affandi, selaku Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30

<sup>17</sup> Bapak Dono Sukoco, selaku Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30

<sup>18</sup> Bapak Agus Prasetyo, selaku Kepala Kantor Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

khususnya talangan haji, karena dengan berpenampilan menarik maka nasabah akan lebih yakin dan tertarik terhadap apa yang kami tawarkan.<sup>19</sup>

Bangunan atau gedung kantor kas yang berwarna *orange*, merupakan ciri khas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning yang sebelumnya warna ungu dinilai lebih indah warna *orange* karena lebih cerah, terang. Fasilitas kursi tunggu yang ada 2, cukup bagi nasabah ketika menunggu antrean karena nasabah yang berdatangan tidak sekaligus ramai. Isi gedung yang bersih, wangi dapat membuat kesan positif terhadap nasabah serta pelayanan yang baik dengan merupakan hal yang plaing penting dilakukan oleh tim kantor kas.

Berbagai bukti fisik yang ada dikantor kas, pelayanan yang baik merupakan bukti fisik yang sangat mempengaruhi nasabahnya, . Karena dengan menerapkan 5S (*senyum, sala, sapa, sopan, santun*) tersebut nasabah merasa lebih nyaman berinteraksi dengan tim kantor kas. Namun, bukti fisik dalam talangan haji adalah bukti bahwa nasabah sudah mendaftarkan haji di kemenag dan berkasnya pun disimpan oleh bank sebagai jaminan.

---

<sup>19</sup> Ibu Desna Yulinda, selaku *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Talangan Haji BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning**

Berdasarkan wawancara yang telah peneliti lakukan dari landasan teori dan pembahasan sebelumnya peneliti menyajikan hasil tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning produk talangan haji merupakan sekumpulan alat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran.

BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning sebagai lembaga keuangan yang menerapkan strategi pemasaran melalui *marketing mix* (bauran pemasaran) menggunakan 7P (*product, price promotion, place, people, process, physical evidence*). Sebagaimana telah difokuskan dalam penelitian ini, akan dipaparkan hasil wawancara yang peneliti lakukan yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk talangan haji BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning teori yang ada diketahui sebagai berikut:

#### 1. Produk (*product*)

Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk merupakan keseluruhan konsep objek atau yang memberikan sejumlah nilai dan manfaat kepada konsumen. Dalam hal ini produk yang ditawarkan BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning adalah talangan haji. Pada teori pemasaran, produk

yang baik adalah produk yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan nasabah.

Teori dan hasil penelitian yang diperoleh peneliti produk talangan haji merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dengan memiliki banyak kelebihan dan memberikan kemudahan serta manfaat maka nasabah dapat menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh BPR syariah Kotabumi yang mengutamakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

Dalam hal ini pihak BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning mengutamakan produk sesuai dengan kebutuhan nasabahnya dengan menawarkan kepada nasabah tentang produk apa saja yang dimiliki dan di antaranya juga menawarkan produk unggulan yang paling banyak diminati oleh nasabah diantaranya adalah produk pembiayaan murabahah yaitu di dalamnya terdapat pembiayaan investasi berupa tanah, rumah dan pembiayaan investasi konsumsi berupa pembelian mobil, motor sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah hal ini sesuai dengan tujuan utama dari prinsip syariah adalah terhindar dari transaksi yang tidak sesuai dengan syariat Islam. Dan produk yang ditawarkan memiliki kualitas barang jaminan, merk, serta halal sehingga nantinya dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan tidak mengecewakan nasabah.

## 2. Harga (*price*)

Strategi penentuan harga sangatlah signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dalam mempengaruhi citra produk, serta

keputusan konsumen untuk membeli. Setoran awal maupun cicilan merupakan bagian dari unsure harga yang tak kalah penting dalam menunjang proses keberhasilan memasarkan produk. Produk talangan haji di BPR Syariah Kantor Kas Bukit kemuningsetoran awal mulai dari Rp. 1.000.000, - dan nasabah tidak perlu menunggu saldo sejumlah Rp. 25.000.000, - untuk mendapatkan porsi haji. Tetapi bank bank syariah dapat membayar biaya penyelenggaraan ibadah haji. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh BPR Syariah Kotabumi karena harga yang ditetapkan telah sesuai dengan ketentuan perusahaan. Calon nasabah dapat memilih jangka waktu yang telah ditetapkan berdasarkan nasabah tersebut.

### 3. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan sasaran yang paling ampuh untuk menarik dan menginformasikan segala jenis produk jenis yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Promosi pada BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning dilakukan oleh tim kantor ka situ sendiri. Setiap bank harus mampu berkomunikasi baik dengan nasabahnya, dengan melakukan berbagai macam kegiatan promosi. Hal ini sejalan dengan yang dilakukan BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning karena tim kantor kas telah menerapkan berbagai macam kegiatan promosi pada produk talangan haji, dalam penyampainnya kepada calon nasabah dengan cara melakukan kegiatan sosialisasi ke masyarakat, yang jelas pasti menyebarkan brosur.

#### 4. Tempat (*place*)

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Tim kantor kas biasanya mendatangi langsung calon nasabahnya dan lokasi BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning terletak di Jl. Baturaja No.04 Pasar Bukit Kemuning Lampung Utara. Lokasi kantor kas tersebut sangat strategis. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh tim kantor kas, cara penyampaian jasa kepada calon nasabah dengan mendatangi langsung nasabahnya dan lokasi kantor kas juga sangat strategis terletak di sekitaran pasar Bukit Kemuning. Jadi selain dapat mendatangi nasabah, nasabah juga dapat dengan mudah mendatangi dan menemukan lokasi bank tersebut..

Hal ini yang menarik bahwasannya BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning merupakan satu-satunya bank syariah yang ada di bukit kemuning, dengan demikian lokasi yang sangat strategis dan hanya BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning yang menawarkan produk talangan haji. Sehingga dapat menyebabkan nasabah tertarik untuk menggunakan produk talangan haji yang ditawarkan.

#### 5. Sumber Daya Manusia (*People*)

Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Namun BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning dalam penempatan SDM belum sesuai

kapasitas karena kekurangan pegawai khusus atau karyawan bagian marketing, motivasi, pelatihan serta seleksi yang baik adalah bagian hal yang paling penting untuk memasarkan produk khususnya talangan haji. Menerapkan SDM ditempat yang sesuai dengan kapasitasnya memang memerlukan sebuah strategi manajemen SDM yang cukup baik karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan nasabah secara jangka panjang. BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning dalam hal SDM yang sesuai kapasitasnya belum sepenuhnya dilakukan. Karena kantor kas masih belum memiliki petugas atau pegawai khusus dalam pelaksanaan pemasaran tersebut. Walaupun setiap pegawai ditargetkan untuk mendapatkan nasabah tetapi hal itu tidak terlalu maksimal dilakukan oleh tim kantor kas karena pekerjaan yang dilakukan rangkap.

#### 6. Proses (*Process*)

Semua aktifitas kerja adalah proses melibatkan prosedur, jadwal, tugas mekanisme, aktifitas dan rutinitas. Proses terdiri dari prosedur layanan yang diberikan oleh BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, mulai dari proses pendekatan terhadap calon nasabah maupun proses dalam pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah yang sesuai dengan prosedur perusahaan. Dalam prosedur pelayanan sendiri ada beberapa calon nasabah yang terkadang lupa tidak membawa salah satu dari persyaratan pengajuan pembiayaan talangan haji.



Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh kantor kas, bahwasannya tim kantor kas dalam pelaksanaan pelayanan terhadap nasabah telah dilakukan sesuai prosedur yang berlaku, hanya saja kekeliruan sering terjadi pada nasabahnya yang lupa membawa salah satu berkas persyaratannya.

#### 7. Bukti Fisik (*Physycal Evidence*)

Penampilan fisik dari perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Seperti halnya bangunan pada kantor kas, gedung kantor kas yang berwarna *orange*, kebersihan lingkungan yang terjaga, fasilitas kursi tunggu bagi nasabah, cara dan bentuk pelayanan kepada nasabah yang menerapkan 5S.

Hal ini sesuai dilakukan oleh tim kantor kas, karena sebuah bukti fisik yang nyata seperti kenyamanan pada lingkungan bank yang bersih, bentuk pelayanan yang baik dan bukti bahwa nasabah sudah mendaftarkan haji di kemenag dan berkas yang disimpan oleh bank sebagai jaminan termasuk ke dalam bukti fisik yang akan membawa kesan yang baik pula bagi nasabahnya.

Tujuh komponen strategi pemasaran secara keseluruhan telah diterapkan dan dilaksanakan oleh BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, namun dari ketujuh komponen tersebut elemen yang paling menonjol adalah elemen *Place* (tempat) dimana BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning merupakan satu-satunya Bank

Syariah yang ada di Bukit Kemuning serta hanya bank syariah inilah yang menawarkan produk talangan haji sehingga nasabah sangat tertarik untuk melakukan pembiayaan talangan haji tersebut karena lokasi atau tempatnya yang strategis dapat mempermudah nasabah yang ingin melakukan talangan haji.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Peran strategi pemasaran banyak sekali yang dilakukan oleh BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning untuk meningkatkan jumlah nasabah agar semakin banyak masyarakat yang berminat yang dilaksanakan oleh BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning pada produk talangan haji terdiri dari 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, Physical Evidence* yaitu komponen yang paling utama.

Strategi pemasaran yang paling dominan adalah tempat (*place*) dimana BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning merupakan satu-satunya Bank Syariah yang ada di Bukit Kemuning serta hanya bank syariah inilah yang menawarkan produk talangan haji sehingga nasabah sangat tertarik untuk melakukan pembiayaan talangan haji. BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning juga melakukan kegiatan promosi (*promotion*) yaitu mendatangi rumah kerumah atau sosialisasi kepada masyarakat serta menyebarkan brosur dengan begitu nasabah dapat mengetahui produk (*product*) apa saja yang ada di BPR syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning terutama produk talangan haji. Harga (*price*) yang ditetapkan sangat sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh perusahaan dengan sangat mudah calon nasabah juga dapat memilih jangka waktu yang telah ditetapkan berdasarkan keinginan nasabah tersebut, namun

terdapat kendala pada Sumber Daya Manusia (*people*) karena tidak adanya pegawai khusus dalam melaksanakan, jadi SDM yang memiliki banyak pengalaman tersebut tidak dapat maksimal dalam menjalankan kegiatan pemasarannya terhadap produk talangan haji.

## **B. Saran**

Saran yang disampaikan oleh peneliti untuk BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning adanya perlu penambahan pegawai untuk bagian marketing guna pencapaian target yang diinginkan agar pelaksanaan pemasaran suatu produk dapat berjalan lebih efektif dengan memiliki petugas khusus.

Saran ini ditujukan untuk perbaikan guna meningkatkan mutu dan kualitas dari perusahaan tersebut, semoga perusahaan tersebut bersedia dan dapat mempertimbangkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Maulidizien, *Dana Talangan Haji, Fatwa DSN Dan Praktek Di LKS*, Jurnal As Syir'ah Vol 45, No II, 2011.
- Bapak Tomy Ardiansyah, Selaku Marketing/*Funding Officer*, *Wawancara*, Pada tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30
- Bapak Agus Prasetyo, Selaku Kepala Kantor Kas, *Wawancara*, Pada tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30
- Bapak Dono Sukoco, Selaku Nasabah, *Wawancara*, Pada tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30
- Bapak Ridwan Affandi, Selaku Nasabah, *Wawancara*, Pada tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30
- Bapak Zual Fikri, Selaku Funding Officer BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning, *Wawancara*, Pada Tanggal 24 Juli 2019
- Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi Dan Ilustrasi)*, Yogyakarta: Ekonisia, 2013.
- Herman Kartajaya, *Sales Operation. Edisi 2. Esensi*, Jakarta: Erlangga Group, 2010.
- Ibu Desna Yulinda, Selaku *Customer Service*, *Wawancara*, Pada tanggal 12 November 2020, Pukul 13: 30
- ibu Sri Handayani Dan Ibu Lumayatun Jamaah, Selaku Nasabah, *Wawancara*, Pada tanggal 1 November 2020, Pukul 9: 30
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistika*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali, 2008.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- M. Nur Rianto Sl-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Syariah*, Bandung, 2010.

- Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pres, 2013.
- Muhammad Firdaus, Dkk, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, Jakarta: Renaisan, 2007.
- Muhammad Sula dan Hermawan Kertajaya. *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2005.
- Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2010.
- Mulyana Dedy, *Metedologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke-12*, Jilid 1 Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- Rahmad Hakim dan Erik Suhendra, *Dana Talangan Haji Perspektif Masalah Mursalah*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 3, No I, 2018.
- S. Nasution, *Metode Penelitian: Penelitian Ilmiah*, Ed. 1. Cet. 10, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Saiful M. Rizky, *Mengelola Perusahaan Jasa Professional*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- W. J. S. Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : PN Balai Pustaka, 1984.

# **LAMPIRAN**



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.metrouni.ac.id](http://www.metrouni.ac.id); email: [iaimetro@metrouni.ac.id](mailto:iaimetro@metrouni.ac.id)

Nomor : B-2704/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 Metro, 15-Okt-19  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth.  
Pimpinan PT. BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning  
di- Tempat

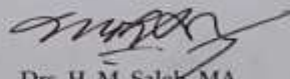
Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Ririn Desmawati  
NPM : 1602100061  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan/Prodi : S1 Perbankan Syariah  
Judul : Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji (Studi Kasus BPR Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

  
Drs. H. M. Saleh, MA  
NIP. 19650111 199303 1 004





Nomor : 605/PT/BPRSKB/Dir/XI/2020  
Lampiran : -

Kotabumi, 10 November 2020

Kepada Yth,  
Kepala Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
di-

Tempat

Perihal Peretujuan Izin Penelitian

Berdasarkan surat dari IAIN Metro No: B-2397/In.28.3/D.1/PP.00.9/8/2020 tanggal 6 Agustus 2020 perihal "*Izin Research*", An. Ririn Desmawati dengan judul Skripsi : " Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Talangan Haji (studi Kasus-PT. BPRS Kotabumi (Perseroda) Kantor Kas Bukit Kemuning", maka dengan ini kami sampaikan bahwa kami bersedia menerima Mahasiswa tersebut untuk melakukan penefitian pada Perusahaan yang kami pimpin dengan syarat memberikan satu *hardcopy* skripsi yang bersangkutan kepada PT. BPRS Kotabumi (Perseroda)

Decision kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



Amrullah, MA  
Direktur Utama



Perbankan Syariah

**PT. BPR SYARIAH KOTABUMI (PERSERODA)**

Kantor Pusat : Jl. Soekarno Hatta No.181 Kotabumi Lampung Utara Telp. 0724-328907 - Fax. 0724-328917  
e-mail : [banksyariahkotabumi@gmail.com](mailto:banksyariahkotabumi@gmail.com) website : [bprskotabumi.co.id](http://bprskotabumi.co.id)



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

Jl. 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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 2397/In.28/D.1/TL.00/08/2020  
Lampiran : -  
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.  
Kepala BPRS Kota Bumi Kantor Kas  
Bukit Kemuning  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2396/In.28/D.1/TL.00/08/2020, tanggal 25 Agustus 2020 atas nama saudara:

Nama : RIRIN DESMAWATI  
NPM : 1602100061  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI (STUDI KASUS BPR SYARIAH KOTABUMI KANTOR KAS BUKIT KEMUNING)".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 25 Agustus 2020

Wakil Dekan I,





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

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A. Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon: (0725) 41507, faksimili (0725)47256 Website: www.febi.metrouniv.ac.id, E-mail: febi@metrouniv.ac.id

## SURAT TUGAS

Nomor: 2396/In.28/D.1/TL.01/08/2020

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Metro,  
menugaskan kepada saudara:

Nama : RIRIN DESMAWATI  
NPM : 1602100061  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS Syariah Kota Bumi Kantor Kas Bukit Kemuning, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI (STUDI KASUS BPR SYARIAH KOTABUMI KANTOR KAS BUKIT KEMUNING)".
  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, terimakasih.

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

AGUE PRAETYO, S.T.P.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 25 Agustus 2020

Wakil Dekan I,





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

Jalan Ki. Haji Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimil (0725) 47296.

Nomor : 2792/In.28.3/D-1/PP.00.9/10/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

16 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Drs. H. M. Saleh, M.A.
  2. Hermanita, M.M.
- 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	: Ririn Desmawati
NPM	: 1602100061
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul	: Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Baru Talangan Haji (Studi Kasus BPRS Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)

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



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id); E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ririn Desmawati                      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/SI PBS  
NPM : 1602100061                      Semester/ TA : VII / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 14/2020 /10		- Jelaskan secara rinci yang sesuai dengan kebutuhan nasabah itu yg seperti apa - Bab V kesimpulan 1. sesuaikan kesimpulan dengan hasil Analisis 2. Hasil Analisis dari strategi 7p baru di simpulkan.	
2.	Rabu, 21/2020 /10		- ACC Lanjutkan untuk di ujikan.	

Pembimbing II,

Hermanita, SE., MM  
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa Ybs,

Ririn Desmawati  
NPM. 1602100061



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Jiringulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.metroainv.ac.id](http://www.metroainv.ac.id); E-mail:  
[iaimetro@metroainv.ac.id](mailto:iaimetro@metroainv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ririn Desmawati                      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1-PBS  
NPM : 1602100061                      Semester/ TA : VII / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Perbaiki Lay Out sesuai yg diberi petunjuk</li><li>✓ Para sub bab Strategi Pemasaran di isi dg bentuk wawancara yg di wawancara dari APD.</li><li>✓ Perbaiki kata-kata yg tidak baik.</li><li>✓ Perbaiki cara penulisan footnote/referensi pada yg di tulis dari buku wa wawancara p. 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, dst.</li><li>✓ Analisis Strategi di isi dengan analisis strategi di bab II dan realitas fakult di Lampung.</li></ul>	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

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

Ririn Desmawati  
NPM. 1602100061



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Inngmulyo Metro Tinsur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296, Website: www.metroainiv.ac.id, E-mail:  
iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ririn Desmawati                      Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS  
NPM : 1602100061                      Semester/ TA : VII / 2019-2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 1/12/ 2020	✓	Perbaiki Daftar Pustaka sesuai dg petunjuk ✓ Aee Bkd TV dan V Lengkapi skripsi ini untuk dapat diterima Syarat ujian Munjasap	
	Jumat 4/12/ 2020	✓	✓ Aee untuk di Munjasap kan.	

Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

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

Ririn Desmawati  
NPM. 1602100061





















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

Jl. KH. Hajar Dewantara Kampus 15 A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telp. (0725) 41507, faksimili (0725) 47298, website: [www.iaainmetro.ac.id](http://www.iaainmetro.ac.id), e-mail: [iaain@iaainmetro.ac.id](mailto:iaain@iaainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Ririn Desmawati  
NPM : 1602100061

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS  
Semester / TA : IX / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 14/10/2020		- jelaskan secara rinci yang sesuai dengan kebutuhan Nasabah itu yang seperti Apa - Bab V kesimpulan 1. sesuaikan kesimpulan dengan hasil Analisa. 2. Hasil Analisa dan strategi yg baru di empulkan.	
2.	Rabu, 21/10/2020		- ACE Lanjutkan Untuk di ujikan.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Hermanita, SE, MM.  
NIP. 19730220 199903 2 001

Ririn Desmawati  
NPM. 1602100061



## OUTLINE

PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN

JUMLAH NASABAH BARU TALANGAN HAJI

(Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

## 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 Pemasaran
  - 2. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)
- B. Tujuan Strategi Pemasaran
- C. Manfaat Strategi Pemasaran
- D. Talangan Haji
  - 1. Pengertian Dana Talangan Haji
  - 2. Dana Talangan Haji
  - 3. Prinsip Dana Talangan Haji
  - 4. Sistem Dana Talangan Haji

### BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit**

Kemuning

1. Sejarah PT. BPR Syariah Kotabumi
2. Visi Dan Misi
3. Produk-Produk Di BPR Syariah Kotabumi

### **B. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Baru Talangan Haji (BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)**

### **C. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Baru Talangan Haji (BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)**

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan

B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, 19 juni 2020

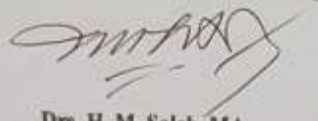
Mahasiswa Ybs,



**Ririn Desmawati**

Mengetahui,

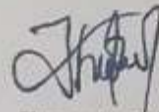
Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001

Pembimbing II



Hermanita, SE. MM.

NIP. 19730220 199903 2001

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH BARU TALANGAN HAJI

( Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)

#### A. Wawancara (interview)

##### 1. Wawancara Dengan Kepala Kas BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

- a. Bagaimana strategi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah baru talangan haji oleh BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- b. Apa sajakah kendala yang dialami dalam pelaksanaan strategi pemasaran produk talangan haji BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- c. Bagaimana cara mempertahankan nasabah lama agar tetap menjadi nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- d. Apakah dari tahun ke tahun di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning mengalami peningkatan nasabah?
- e. Kalangan apa saja yang kebanyakan mengambil dana talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?

##### 2. Wawancara Dengan Karyawan Bagian *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

- a. Bagaimana penyampaian informasi kepada nasabah sebagai karyawan *Customer Service* ?

- b. Bagaimana cara *Customer Service* meyakinkan nasabah agar berminat mengambil dana talangan haji?
- c. Bagaimana strategi yang dilakukan *Customer Service* dalam melayani dan menjelaskan nasabah baru dana talangan haji?
- d. Dalam melayani nasabah dana talangan haji kendala apa saja yang ditemukan oleh *Customer Service*?
- e. Bagaimana *Customer Service* meyakinkan nasabah agar tetap menjadi nasabah tetap dana talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?

**3. Wawancara Dengan Karyawan Bagian *Funding Officer* (Marketing)  
BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning**

- a. Strategi apa saja yang dilakukan *Funding Officer* dalam memasarkan produk talangan haji?
- b. Bagaimana strategi *Funding Officer* menjelaskan dan meyakinkan nasabah bahwa produk yang dipasarkan adalah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah?
- c. Kegiatan promosi apa saja yang dilakukan *Funding Officer* dalam memasarkan dana talangan haji?
- d. Bagaimana cara *Funding Officer* meyakinkan nasabah agar berminat dan merasa aman mengambil dana talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- e. Kendala apa saja yang ditemukan oleh *Funding Officer* selama melaksanakan komponen-komponen strategi pemasaran?

**4. Wawancara Dengan Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning**


- a. Bagaimana pelayanan informasi yang disampaikan *Customer Service* BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- b. Apa yang membuat bapak/ibu berminat memilih dana talangan haji di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- c. Selama menjadi nasabah dana talangan haji apakah pelayanan dan kebutuhan sudah sesuai dengan yang diharapkan bapak/ibu?
- d. Mengapa bapak/ibu tetap memilih menjadi nasabah tetap di BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?
- e. Kendala/kesulitan apa saja yang dialami bapak/ibu dalam melengkapi persyaratan yang diberikan pihak BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning?

**B. Dokumentasi**

1. Profil BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning
2. Visi dan Misi BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning
3. Struktur organisasi BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning
4. Produk-produk BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

Mengetahui,

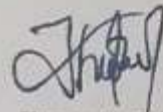
Pembimbing I



Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001

Pembimbing II



Hermanita, SE. MM.

NIP. 19730220 199903 2001



## FOTO PENELITIAN



Foto 1, Wawancara dengan Bapak Agus Prasetyo selaku Kepala Kantor Kas sekaligus Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning



Foto 2, Wawancara Dengan Ibu Desna Yulinda selaku Customer Service sekaligus Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning



Foto 3, Wawancara Dengan Ibu Kristina selaku Nasabah sekaligus Teller BPR  
Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

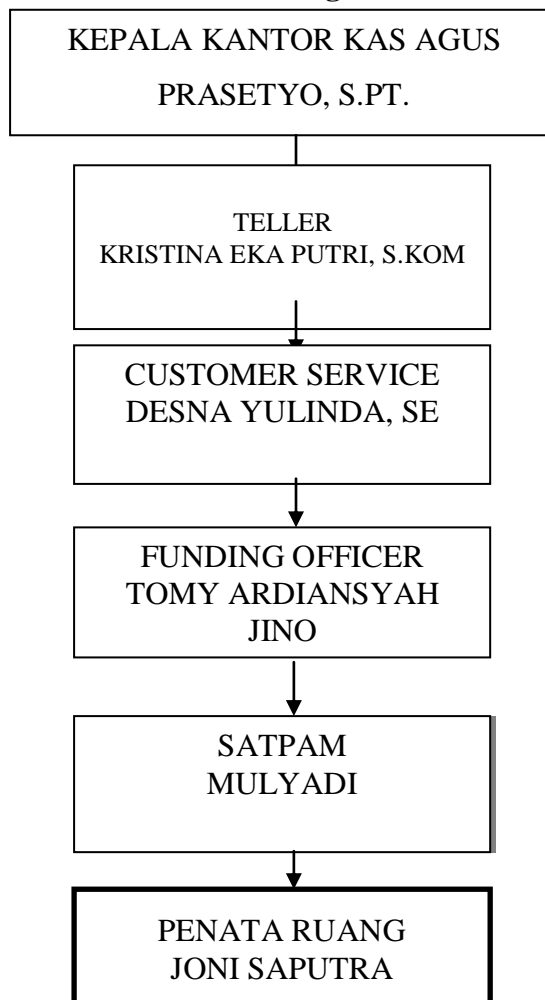


Foto 4, Wawancara dengan Nasabah BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit  
Kemuning



Foto 5, Kantor BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

**Bagan Organisasi PT. BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning**



## Produk-produk Bank Syariah Kotabumi

### A. Tabungan

- Tabungan Wadiah
- Tabungan Pendidikan
- Tabungan Haji
- Tabungan Muhrabah
- Tabungan Qurban

### B. Deposito

- Deposito Mudharabah

### C. Pembiayaan

- Pembiayaan Bagi Hasil (Mudharabah/Musyarakah)
- Pembiayaan Pengadaan Barang/Jual Beli (Murabahah)
- Pembiayaan Sewa Menyewa (Ijarah)
- Pembiayaan Sewa Jasa (Ijarah Mulghasa)
- Pembiayaan Pinjaman Murni (Qardh)
- Pembiayaan Tabungan Haji (Ijarah Mulghasa)

## Tabungan Wadiah

Tabungan Wadiah adalah simpanan pihak ketiga pada Bank Syariah Kotabumi yang penarikannya dapat kapan saja. Dana tabungan diadopsi secara amanah oleh Bank Syariah Kotabumi sebagai mudharabah dengan memperoleh insentif sebagai bonus. Tabungan bisa dimiliki oleh perorangan maupun perusahaan.

### Mandiri :

- Aman, karena diliputi oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- Bonus akan diberikan setiap bulannya ke rekening penabung
- Sertoran ringan dan bebas biaya administrasi
- Membantu program perencanaan keuangan/investasi anda
- Membantu pengembangan ekonomi umat

### Persyaratan :

1. Fotocopy KTP/SM yang masih berlaku
2. Sertoran awal Rp. 50.000,-
3. Sertoran berikutnya hanya kelipatan Rp. 25.000,-
4. Mengisi formulir/aplikasi pembukaan rekening tabungan

## Tabungan Haji

Tabungan Haji diperuntukkan bagi kaum muslimin dan muslimat calon jemaah haji dalam rangka persiapan biaya perjalanan ibadah haji.

Tabungan Haji merupakan simpanan syariah berkedah wadiah ahi diamanah, diperuntukkan bagi perorangan untuk membantu mewujudkan perencanaan naik haji (memayyer Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/GPIH), yang memberikan kemudahan dan kesenangan dalam penyisihan, bebas biaya bulanan dan mendapatkan bonus yang menguntungkan.

### Mandiri :

- Mempunyai nomor rekening resmi rekening tabungan ibadah haji. Kejelasan rekening tabungan diperoleh apabila nomor haji masih tersedia dan tabungan telah mencairkan syariah saldo minimal Rp. 25.000.000,- atau syariah tan yang diamanah oleh Diperkeren Agama
- Dapat dibuka di kantor Bank Syariah Kotabumi yang terdukung dengan Siswaktat Departemen Agama yang bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri

- Menunjukkan bagi hasil dari keuntungan Bank Syariah Kotabumi setiap bulan sehingga saldo tabungan dapat bertambah

- Biaya biaya administrasi
- Biaya Aliah lebih rendah dan menghidai haji yang mabrur

### Persyaratan :

1. Perorangan adalah perorangan atau Warga Negara Indonesia
2. Melampirkan Fotocopy KTP/identitas diri lainnya
3. Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening
4. Sertoran awal minimal Rp. 1.000.000,-

## Tabungan Pendidikan

Pada prinsipnya sama dengan tabungan wadiah, tabungan pendidikan ini bersifat kolektif. Apabila berlatar belakang sekolah menengah tabungan arakumulatif yang diamanah ditunahi saja, resiko yang muncul cukup besar. Lebih baik disyngan di Bank syariah Kotabumi pada tabungan pendidikan.

### Mandiri :

- Aman, karena diliputi oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan)
- Bonus akan diberikan setiap bulannya ke rekening penabung
- Sertoran ringan dan bebas biaya administrasi
- Membantu pengembangan ekonomi umat

### Persyaratan :

1. Fotocopy KTP/SM yang masih berlaku
2. Sertoran awal Rp. 50.000,-
3. Sertoran berikutnya hanya kelipatan Rp. 25.000,-
4. Mengisi formulir/aplikasi pembukaan rekening tabungan

## Deposito

### Perencanaan Deposito Anda Kepada Kami Untuk Memperoleh Bagi Hasil yang Menguntungkan

Deposito Bank Syariah Kotabumi adalah berdasarkan prinsip mudharabah muzaban. Dengan prinsip ini Anda diperlakukan sebagai investor. Bank Syariah Kotabumi menamakan dana deposito Anda secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat atau dalam bentuk surat produktif lainnya secara profesional profesional dan sesuai syariah. Hasil usaha ini dibagi antara nasabah dan Bank Syariah Kotabumi sesuai porsi (subsah) yang disepakati ditunahi.

### Mandiri :

- Aman dan berjamin
- Dukusertakan dalam program penjaminan
- Bagi hasil yang komprehensif diberikan setiap bulan secara tunai atau dipindahbukukan secara otomatis ke rekening tabungan Anda
- Turut membantu pengembangan usaha kecil atau menengah
- Biaya Aliah lebih rendah dan bermanfaat

### Persyaratan :

1. KTP/SM/Wargoketah Pelajar asli dan fotocopynya
2. Sertoran minimal Rp. 1.000.000,-

## Selayang Pandang

Bank Syariah Kotabumi merupakan Bank milik pemerintah Lampung Utara yang berdiri pada tanggal 29 Juli 2008 dengan nama PD BPR Syariah Kotabumi. Seiring berjalannya waktu, maka berganti nama menjadi PT BPR Syariah Kotabumi yang lebih mudah disebut dengan Bank Syariah Kotabumi. Saat ini Bank Syariah Kotabumi telah memiliki 3 cabang, yaitu Bukit Kemuning, Tiang Barong Bandar Lampung, Mesuar baru memiliki 3 cabang. Bank Syariah Kotabumi ini memiliki nasabah yang tidak hanya dari Lampung Utara, tetapi juga se-Provinsi Lampung, Bahkan, masabah juga terdapat di Provinsi Sumatera Selatan.

Mesalnya Mesuar, Palembang, di

Selain itu, keunggulan produk dari Bank Syariah Kotabumi adalah Deposito berjangka dengan sistem bagi hasil yang jauh lebih besar dibandingkan dengan Bank lainnya.

### Simulasi Perhitungan Bagi Hasil Deposito\* Setelah dikurangkan Pajak dan Zakat

NOMINAL	JANGKA WAKTU			12 BULAN
	1 BULAN	3 BULAN	6 BULAN	
1.000.000	7.150	8.044	8.580	9.295
2.000.000	14.300	16.088	17.160	18.590
3.000.000	21.450	24.131	25.740	27.885
4.000.000	28.600	32.175	34.320	37.180
5.000.000	35.750	40.219	42.900	46.475
6.000.000	42.900	48.263	51.480	55.770
7.000.000	40.040	45.045	48.048	52.052
8.000.000	45.750	51.480	54.912	59.488
9.000.000	51.480	57.915	61.776	66.924
10.000.000	57.200	64.350	68.640	74.360
15.000.000	85.800	96.525	102.960	111.540
20.000.000	114.400	128.700	137.280	148.720
30.000.000	171.600	193.050	205.920	223.080
35.000.000	200.200	225.225	240.240	250.260
50.000.000	286.000	331.750	343.200	371.800
90.000.000	514.800	579.150	617.760	669.240
100.000.000	572.000	643.500	686.400	743.600
200.000.000	1.144.000	1.287.000	1.372.800	1.487.200
300.000.000	1.716.000	1.930.500	2.059.200	2.230.800
400.000.000	2.288.000	2.574.000	2.745.600	2.974.400
500.000.000	2.860.000	3.217.500	3.432.000	3.718.000
1.000.000.000	5.720.000	6.435.000	6.864.000	7.436.000

Sumber : "Tabel Bagi Hasil Deposito Desember 2011"  
\*Bagi Hasil dapat berbeda sesuai dengan pengalangan Bank

Foto 6, Produk-produk BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning

## RIWAYAT HIDUP



Ririn Desmawati dilahirkan di Bangun Rejo Kecamatan Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah pada tanggal 2 Desember 1998. Peneliti merupakan anak terakhir dari 2 bersaudara anak dari pasangan Bapak Sukamto Dan Ibu Erning Saptuti. Bertempat tinggal di Bangun Rejo RT/RW 002/002 Kecamatan Gunung Sugih Kabupaten Lampung Tengah.

Pendidikan dasar peneliti tempuh di Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Bangun Rejo tamat dari Sekolah Dasar pada tahun 2010 melanjutkan ke MTs Nurul Ulum Kauman Kotagajah selesai pada tahun 2013 lalu melanjutkan ke MA Nurul Ulum Kauman Kotagajah dan selesai pada tahun 2016. Setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro mengambil Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dimulai pada tahun 2016/2017. Pada masa akhir studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul “PERAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TALANGAN HAJI( Studi Kasus BPR Syariah Kotabumi Kantor Kas Bukit Kemuning)”