SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Oleh:

VENI ALVIA NITA
NPM. 1903021069

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/2023 M

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI
DALAM MENARIK MINAT NASABAH
DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Veni Alvia Nita
NPM 1903021069

Pembimbing : Ananto Triwibowo, M.E

Jurusan S1 PerbankanSyari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H/2023 M

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan permohonan untuk dimunaqosakan**

KepadaYth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya mengadakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya, maka proposal penelitian yang telah disusun oleh :

Nama : VENI ALVIA NITA
NPM : 1903021069
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Sudah saya setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosakan

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 4 April 2023
Dosen Pembimbing

Ananto Triwibowo, M.E.
NIP. 199311272020121010

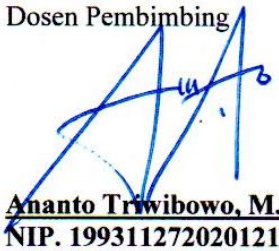
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul	: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG
Nama	: VENI ALVIA NITA
NPM	: 1903021069
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	: Perbankan Syariah

DISETUJUI

Untuk dimunaqosakan dalam sidang munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, 4 April 2023
Dosen Pembimbing



Ananto Triwibowo, M.E.
NIP. 199311272020121010

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail:febi.iain@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: B-1573/In.28.3/D/PP.00.9/05/2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, disusun oleh: Veni Alvia Nita, NPM: 1903021069. Jurusan S1 Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal:Selasa/09 Mei 2023

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Ananto Triwibowo, M.E.	(.....)
Penguji I	: Liberty, S.E., M.A	(.....)
Penguji II	: Upia Rosmalinda, M.E.I	(.....)
Sekretaris	: Nur Syamsiyah, M.E	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Siti Zulaikha.,S.Ag.,MH
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Oleh:

VENI ALVIA NITA
NPM. 1903021069

Strategi pemasaran merupakan rencana yang ditetapkan perusahaan dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan. Strategi pemasaran menjadi upaya yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya dengan menggunakan pola rencana serta taktik yang tepat sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Dalam penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank Aman Syariah Sekampung dalam menarik minat nasabah pada produk tabungan haji yaitu menggunakan 7P yang terdapat dalam komponen bauran pemasaran.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung pada produk tabungan haji dalam menarik minat nasabah. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*field reseacrh*) yang bersifat desriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Untuk pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui analisis data kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan strategi pemasaran 7p yang telah diterapkan Bank Aman Syariah Sekampung terdapat strategi yang efektif dalam menarik minat nasabah yaitu strategi produk, harga, tempat, orang dan proses. Sedangkan strategi yang kurang efektif dalam menarik minat nasabah terhadap produk tabungan haji yaitu strategi promosi dan bukti fisik. Pada strategi promosi belum optimalnya promosi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung yaitu untuk media promosi tidak tersedianya brosur khusus tabungan haji serta kurang aktifnya promosi yang dilakukan melalui media sosial seperti instagram dan facebook. Untuk strategi bukti fisik kurang efektif karena dari 5 tahun terakhir belum adanya nasabah yang menunaikan ibadah haji menggunakan produk tabungan haji Bank Aman Syariah hal ini membuat masyarakat kurang percaya karena belum ada bukti mengingat bukti fisik menunjukkan bagaimana kualitas dari suatu produk.

Kata Kunci: *Minat Nasabah, Strategi Pemasaran, Tabungan Haji*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Veni Alvia Nita

NPM : 1903021069

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 diberikan dalam daftar pustaka

Metro, 4 April 2023
Yang Menyatakan,

Veni Alvia Nita
NPM. 1903021069

MOTTO

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ رَحِيمٗا ٢٩

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (Q.S An Nisa: 29)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta berkahnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan kasih sayang kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Hairul Efendi dan Ibu Nurbaiti yang selalu memberikan cinta kasih, semangat, dukungan dan doa tulus tiada henti serta selalu memberikan dukungan materil maupun non materil selama peneliti menempuh pendidikan.
2. Adikku Eva Alfianita yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Ananto Triwibowo, M.E selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman yang selalu ada untuk memberikan bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepeda :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. PIA selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevy, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Ananto Triwibowo, M.E selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Mei 2023
Peneliti,

Veni Alvia Nita
NPM. 1903021069

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
HALAMAN MOTTO ..... **viii**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DFATAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6
D. Penelitian Relevan 7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Stategi Pemasaran 11
   1. Pengertian strategi Pemasaran 11
   2. Tujuan strategi Pemasaran 12
   3. Jenis-jenis Strategi Pemasaran 13
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 14
   1. Produk (*Product*) 15
   2. Harga (*Price*) 16
   3. Tempat (*Place)* 17

4. Promosi (*Promotion*) 17
5. Orang (*People*) 18
6. Proses (*Proces*) 18
7. Bukti Fisik (*Physical efidence*) 19

C. Tabungan Haji 20
1. Pengertian Tabungan Haji 20
2. Akad Tabungan Haji 22
3. Mekanisme dan Peraturan Tabungan Haji 23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian 25
B. Sumber Data 26
C. Teknik Pengumpulan Data 28
D. Teknik Keabsahan Data 29
E. Teknik Analisis Data 29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Aman Syariah Sekampung 31
1. Sejarah Bank Aman Syariah Sekampung 31
2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung 33
3. Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung 34
4. Produk dan Jasa di Bank Aman Syariah Sekampung 35
5. Produk Tabungan Haji Bank Aman Syariah Sekampung 36

B. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Menarik Minat Nasabah 38

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 67
B. Saran 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di Bank Aman Syariah Sekampung..... 4
Tabel 2.1 Indikator Bauran Pemasaran 20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Susunan Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung Kabupaten Lampung Timur 33

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Reseacrh
4. Surat Balasan Reseacrh
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Dokumentasi (Foto)
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ibadah haji merupakan ibadah wajib bagi setiap umat islam yang cukup dilakukan sekali dalam seumur hidup bagi mereka yang telah mampu. Ibadah haji adalah suatu ibadah yang pelaksanaanya dilakukan dengan cara mengunjungi ka'bah, ibadah haji hanya dapat dilaksanakan pada waktu tertentu dengan berbagai syarat yang harus dipenuhi. Ibadah haji dilakukan dalam rangka untuk menaati perintah Allah Swt. serta untuk mencapai rida-Nya[1]

Besarnya keinginan umat islam yang ada Indonesia untuk melaksanakan ibadah haji, hal ini dikarenakan Indonesia menjadi negara dengan jumlah muslim terbesar di dunia. Maka tidak heran negara Indonesia menjadi negara penyumbang kontingen jamaah haji terbanyak di dunia yaitu sejumlah 100.051 jamaah. Namun keinginan masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji sering kali terkendala oleh kemampuan ekonominya. Dimana saat ini pada tahun 2022 menurut Keputusan Presiden No. 5 tahun 2022 rata-rata Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BIPIH) untuk haji reguler berdasarkan embarkasi sebesar Rp.39,89 juta per jamaah [2]

---

[1] Tata Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016), 4.

[2] Arif Mubarok dan Iva Faizah, "Biaya Pengeyelenggaraan Ibadah Haji dan Prakteknya di Bank Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 2, no. 1, (2022), 83.

Dengan biaya yang tidak sedikit tersebut membuat masyarakat berpikir keras bagaimana untuk dapat melunasi Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BIPIH) sehingga dapat melaksanakan ibadah haji. Oleh karenanya beberapa lembaga keuangan syariah salah satunya perbankan syariah hadir untuk membantu masyarakat dengan memberikan layanan berupa produk tabungan haji guna memberikan kesempatan bagi umat islam yang ingin melaksanakan ibadah haji.

Akan tetapi semakin banyaknya perbankan syariah yang membuka produk tabungan haji maka semakin ketat pula persaingan di dunia perbankan syariah. Maka dari itu pentingnya bank syariah memiliki suatu cara agar dapat menarik minat nasabah, serta dapat mengenalkan produknya sehingga kepuasan dan kebutuhan nasabah terpenuhi salah satunya dengan memiliki strategi pemasaran yang tepat.

Stategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan dari suatu perusahaan.[3] Pentingnya penerapan strategi pemasaran bagi suatu bank syariah dapat memudahkan dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan agar dapat dikenal, dipercaya dan dapat menarik calon nasabah. Strategi pemasaran yang tepat akan berimbas dalam menumbuhkan minat calon nasabah. Menumbuhkan minat calon nasabah itu sendiri merupakan suatu cara dan

[3] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi* (Jakarta: Grafindo Persada, 2015), 154.

upaya bank syariah untuk meyakinkan dan mengajak calon nasabah serta membeli produk tabungan haji yang ditawarkan.[4]

Berdasarkan fatwa DSN MUI No.29/DSN-MUI/IV/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga keuangan syariah, dari fatwa tersebut maka hadirlah lembaga keuangan syariah yang memberikan produk tabungan haji. Salah satu lembaga keuangan syariah yang ikut berperan dalam pengurusan ibadah haji yaitu Bank Aman Syariah Sekampung. Adapun produk yang ditawarkan yaitu Tabungan Haji Mabrur atau yang dikenal dengan nama TAJIMABRUR.

Tabungan Haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dalam melaksanakan kegiatan penarikan dana dari masyarakat, memberikan jaminan terhadap nasabah, maka dalam hal ini Bank Aman Syariah Sekampung pada prinsipnya melakukan kerja sama dengan Bank Umum Syariah yang ditunjuk untuk menerima setoran Ongkos Naik Haji oleh Pemerintah dan Lembaga Bimbingan Haji Kabupaten Lampung Timur. Produk Tabungan Haji Mabrur yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung menggunakan akad mudharabah atau bentuk kerja sama antara dua pihak dimana si pemilik modal memberikan sejumlah modal kepada pengelola dengan perjanjian di awal dan untuk keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.[5]

Sejak mulai beroperasinya Bank Aman Syariah Sekampung pada tanggal 30 desember 2014 produk Tabungan Haji Mabrur telah ada untuk

---

[4] Muhammad Suhri, “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar," *Al- Bayyan* 1, no.1 (2021), 32.

[5] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 19 Desember 2022.

membantu masyarakat yang ingin pergi haji, dalam hal ini untuk menarik minat calon nasabah Bank Aman Syariah Sekampung memiliki strategi pemasaran yang telah dilakukan yaitu dengan menawarkan secara langsung kepada calon nasabah di daerah pasar dengan cara membagikan brosur, souvenir maupun sosialisasi lapangan mengenai keuntungan menabung di Bank Aman Syariah Sekampung dalam rangka meningkatkan informasi pemahaman masyarakat mengenai produk Tabungan Haji. Selain itu Bank Aman Syariah juga melakukan pemasaran dengan cara mendatangi suatu majelis taklim, instansi-instansi atau melakukan promosi melalui media elektronik seperti website dari Bank Aman Syariah guna menarik minat calon nasabah.[6] Bank Aman Syariah Sekampung juga melakukan pendekatan kepada calon nasabah yaitu dengan mendatangi secara langsung ke pondok pesantren.[7]

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di Bank Aman Syariah Sekampung

Tahun	Nasabah Produk Tabungan Haji
2018	0
2019	1
2020	0
2021	0
2022	11

Sumber : Bank Aman Syariah Sekampung

[6] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 19 Desember 2022.

[7] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 20 Desember 2022.

Berdasarkan hasil data diatas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2022 apabila dibandingkan 2 tahun sebelumnya pada tahun 2020 dan 2021 yang tidak adanya penambahan nasabah tabungan haji salah satunya disebabkan karena penundaan pemberangkatan ibadah haji akibat pandemi covid 19 sehingga masyarakat kurang minat untuk mengambil produk tabungan haji pada 2 tahun tersebut. [8]

Salah satu nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung mengatakan alasan beliau tertarik pada produk tabungan haji karena keinginan beliau sendiri yang berniat untuk melaksanakan ibadah haji, selain itu juga nasabah senang tidak perlu datang setiap waktu untuk menyetor tabungan, karena marketingnya yang langsung mendatangi nasabahnya untuk melakukan penarikan setoran tabungan.[9]

Nasabah tabungan haji yang lain mengatakan alasan beliau tertarik pada produk tabungan haji selain karena keinginan beliau sendiri yang berniat pergi haji beliau menyukai pelayanan yang baik dan cepat yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung.[10] Penerapan strategi pemasaran yang dilakukan mempengaruhi minat calon nasabah untuk menggunakan produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.

[8] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 19 Desember 2022.

[9] Wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 21 desember 2022.

[10] Wawancara dengan Ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 21 desember 2022.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas peneliti tertarik ingin membahas lebih lanjut mengenai **" Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Menarik Minat Nasabah di Bank Aman Syariah Sekampung"**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung pada produk Tabungan Haji dalam menarik minat nasabah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung pada produk Tabungan Haji dalam menarik minat nasabah.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan sekaligus memperkaya khazanah keilmuan bagi semua pihak tentang strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan menjadi kajian lebih lanjut bagi lembaga keuangan syariah lainnya, khususnya Bank Aman Syariah Sekampung mengenai strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah. Agar menjadi lembaga keuangan syariah yang berkembang dalam meningkatkan jumlah nasabah di semua produknya serta kegiatan perbankan yang dijalankan.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dikaji. Penelitian relevan berfungsi sebagai penguat dalam penelitian yang akan dikembangkan, dengan menegaskan perbedaan penelitian dengan penelitian yang pernah diteliti sebelumnya. Beberapa penelitian relevan yang diambil sebagai rujukan antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kismiati Indah Oktafiani, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Dalam skripsinya yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1".[11] Hasil dari penelitian ini yaitu salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan pendapatan BSI

[11] Kismiati Indah Oktaviani, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Mabrur di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1*, skripsi (UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021).

adalah dengan pengenalan produk, kemudian membuka cabang di seluruh Indonesia terutama di daerah atau desa untuk memudahkan masyarakat.

Berdasarkan penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian peneliti. Persamaannya terletak pada objek yang diteliti yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran pada produk tabungan haji. Adapun perbedaanya, pada penelitian terdahulu fokus penelitiannya yaitu bagaimana strategi yang diterapkan BSI KCP Sarolangun 1 untuk meningkatkan pendapatan BSI. Sedangkan penelitian peneliti lebih menekankan kepada bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji mabur dalam menarik minat nasabah.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Arief Dharma Laksana, Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro. Dalam skripsinya yang berjudul "Peran Marketing dalam Meningkatkan Tabungan Haji (Studi Kasus pada KSPPS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro". [12] Fokus penelitian ini yaitu mengkaji mengenai peran marketing dalam meningkatkan Tabungan Haji di KSPPS BMT Artha Buana dapat dilihat dari pemasaran, promosi dan penjualan. Hasil dari tugas dan strategi marketing KSPSS BMT Artha Buana Pusat Kota Metro yang telah diterapkan selama 3 tahun terakhir terdapat peningkatan pada produk tabungan haji.

[12] Arief Dharma Laksana, *Peran Marketing dalam Meningkatkan Tabungan Haji*, Skripsi (IAIN Metro, 2019).

Berdasarkan penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian peneliti. Persamaan kedua penelitian ini sama-sama melakukan penelitian pada produk tabungan haji. Perbedaannya penelitian ini menekankan pada bagaimana peran seorang marketing dalam menerapkan tugas dan strategi untuk meningkatkan tabungan haji. Sedangkan peneliti membahas mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji dalam menarik minat nasabah.

3. Jurnal nasional yang ditulis oleh Irmawati dan Syahrul Amsari, yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pemasaran Produk Tabungan Haji (Studi Kasus pada Bank Sumut Syariah Medan)". Dalam penelitian tersebut langkah yang dilakukan Bank Sumut Syariah Medan dalam memperkenalkan tabungan haji memfokuskan rencana di masalah pengiklanan, menyediakan selebaran dan memperkenalkan produk tabungan haji ke perusahaan yang menjalin hubungan dengan Bank Sumut Syariah. Adapun beberapa masalah yang dihadapi dalam memasarkan produk Tabungan Haji yaitu minimnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang bank syariah, kurangnya SDM yang berpengalaman khususnya dibagian pemasaran dan fasilitas yang kurang memadai seperti kurangnya mesin ATM. [13]

   Berdasarkan penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian peneliti. Persamaannya terletak pada objek yang diteliti yaitu produk tabungan haji. Perbedaannya yaitu penelitian ini mengkaji

[13] Irmawati dan Syahrul Amsari, "Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pemasaran Produk Tabungan Haji (Studi Kasus pada Bank Sumut Syariah Medan)." *Jurnal el Rayyan* 1, no. 1 (2022).

faktor apa saja yang menjadi penghambat dalam pemasaran pada produk tabungan haji. Sedangkan penelitian peneliti membahas bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Aman Syariah dalam menarik minat nasabah pada produk tabungan haji.

4. Jurnal nasional yang ditulis oleh Nur Azizah, Joko Hadi Purnomo dan Niswatin Nurul Hidayati yang berjudul "Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro". Hasil dari penelitian ini yaitu pada strategi pemasaran meliputi (segmentasi, bauran pemasaran, melakukan kajian di mushola atau masjid, menggali profil dari pelanggan dan menerapkan strategi pelayanan. Efektivitas strategi pemasaran produk tabungan haji yang paling efektif dalam sistem pemasaran yaitu melalui media online. [14]

Berdasarkan penelitian tersebut terdapat perbedaan dan persamaan dengan penelitian peneliti. Persamaannya terletak pada objek yang diteliti yaitu strategi pemasaran produk tabungan haji. Perbedaannya yaitu pada jurnal di atas membahas seberapa efektif strategi pemasaran dalam meningkatkan keunggulan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Sedangkan penelitian peneliti menekankan bagaimana strategi pemasaran dalam rangka menarik minat nasabah.

[14] Nur Azizah, Joko Hadi Purnomo, dan Niswatin Nurul Hidayati, "Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor cabang Pembantu Bojonegoro," *Jurnal Studi Islam* 16, no. 1 (2020).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Stategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan dari suatu perusahaan.[1] Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan perusahaan dalam memasarkan produknya baik barang atau jasa dengan menggunakan pola rencana serta taktik yang tepat sehingga penjualan produknya dapat lebih tinggi

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu bank, bank tersebut harus menjadi bank yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan bank lainnya dalam mengkomunikasikan, menciptakan serta memberikan kepuasan yang diharapkan terhadap pasar sasaran yang dipilih. Suatu produk atau jasa dari bank syariah tidak akan dapat terjual apabila calon nasabah tidak mengenal produk yang ada. Maka dari itu strategi pemasaran menjadi hal yang sangat diperlukan dalam keberhasilan suatu bisnis. [2]

Dalam menghadapi pasar sasaran, banyak kendala yang dihadapi perbankan seperti adanya pembaharuan teknologi, transaksi yang mudah, promosi yang diimbangi dengan hadiah yang ditawarkan oleh suatu bank

[1] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi.*, 154.

[2] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2016), 52.

serta banyaknya muncul bank baru. Agar bank dapat meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah, laba serta stabilitas terdapat dua cara pemasaran yang dapat dilakukan yakni bank tetap fokus pada pasar yang telah ada atau melakukan pengembangan organisasi seperti membuka cabang baru yang letak nya cukup strategis. [3]

Berdasakan penjelasan diatas mengenai strategi pemasaran maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu dari suatu perusahaan dalam memasarkan produknya baik berupa barang atau jasa untuk dapat mencapai hasil yang lebih maksimal.

2. Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan strategi pemasaran pada umumnya adalah untuk mencapai target yang telah disusun di bidang pemasaran secara efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang banyak. Selain tujuan tersebut, terdapat tujuan lain dari adanya strategi pemasaran di suatu perusahaan antara lain, yaitu : [4]

a. Sebagai acuan perusahaan dalam melaksanakan pemasaran.

Strategi pemasaran yang telah dirancang di suatu perusahan lalu ditetapkan menjadi panduan dalam melaksanakan tugas pemasaran oleh para marketing guna menarik minat calon nasabah.

[3] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 78.

[4] Mayla Surveyandini, *Strategi Pemasaran Ampuh*, (Makassar: Nas Media Pustaka, 2022), 8.

b. Kualitas koordinasi tim pemasaran meningkat

Dalam melaksanakan pemasaran tentunya marketing tidak akan dapat berkerja secara individu. Dengan strategi pemasaran, koordinasi secara horizontal dan vertikal dapat terjalin rapi, sehingga pemasaran yang efektif dapat terjamin.

c. Menjadi dasar pertimbangan perusahaan mengambil keputusan.

Di lapangan perusahaan akan menghadapi banyak hal baik itu kendala pemasaran maupun kesempatan dan peluang yang dapat dicapai perusahaan sehingga perusahaan membutuhkan keputusan yang tepat.

d. Sebagai instrumen dalam mengevaluasi pemasaran produk.

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan perusahaan dalam aktivitas pemasararan, dapat dijadikan instrumen perusahaan dalam mengevaluasi hasil pemasaran. Instrumen tersebut dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan atau kegagalan dibidang pemasaran.

3. Jenis-jenis Strategi Pemasaran

Dalam hubungan strategi pemasaran, jenis-jenis strategi pemasaran dapat dibagi menjadi 3 jenis yaitu :[5]

a. Strategi pemasaran yang tidak membedakan suatu pasar (*Undifferentiated Marketing*)

Dalam strategi ini perusahanaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan

[5] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi.*, 163.

konsumen. Perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran ini memusatkan perhatiannya kepada kebutuhan konsumennya, serta merancang produk yang dapat menarik banyak konsumen sebanyaknya tanpa menghiraukan terdapat segmen pasar yang berbeda.

b. Strategi pemasaran yang membedakan suatu pasar (*Differentiated Marketing)*

Pada strategi pemasaran ini, suatu perusahaan hanya melayani kebutuhan kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu. sehingga dalam strategi ini, perusahaan memasarkan produk yang berbeda untuk setiap kelompok pembeli atau pada segmen pasar.

c. Strategi pemasaran yang terkonsentrasi *(Onsentrated Marketing)*

Dalam strategi pemasaran ini, perusahaan mengkhususkan pemasaran produknya hanya ke beberapa segmen pasar, karena mempertimbangkan keterbatasan sumber daya yang ada di suatu perusahaan.[6]

B. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Keahlian perbankan dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki menjadi faktor berhasilnya suatu perbankan. Strategi pemasaran dalam islam termasuk kepada lingkup muamalah yaitu hubungan manusia dengan manusia lainnya. Sebagaimana dalam terdapat pada konsep dasar kaidah fikih bahwa setiap kegiatan mualamalah itu diperbolehkan, keuali terdapat dalil yang melarangnya. Apabila terdapat dalil yang melarangnya

[6] *Ibid.* 163.

maka hal tersebut menjadi haram. Maka dari itu islam mengizinkan seseorang untuk menggunakan strategi yang baik untuk memperoleh tujuan yang ingin diraihnya salah satunya dengan menggunakan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan bertujuan untuk mendapatkan respon dari pasar sasaran serta untuk mencapai tujuan perusahaan. [7] Bauran pemasaran pada penelitian ini menggunakan konsep 7p, antara lain yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Strategi produk yang dapat dilakukan suatu perusahaan adalah mengembangkan suatu produk, yaitu penentuan logo dan moto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan keputusan label.[8] Produk merupakan unsur yang paling penting dalam bauran pemasaran karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dipasarkan dan dihasilkan akan menentukan penentuan harga, kegiatan promosi yang akan dilakukan, bagaimana cara penyalurannya serta strategi pemasaran lainnya.

Adapun indikator produk menurut Kotler dan Amstrong antara lain, yaitu produk yang ditawarkan menarik, produk yang ditawarkan

[7] Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado," *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 1, no. 3, (2013): 72.

[8] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar dan Strategi.*, 182.

memenuhi kebutuhan dan keinginan, dan produk yang ditawarkan bermutu. [9]

2. Harga *(Price)*

Penentuan harga dalam suatu perusahaan adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga menjadi salah satu penyebab laku atau tidaknya produk maupun jasa yang ditawarkan oleh bank. Harga menggambarkan besarnya dana yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk. Dalam penetapan harga perlu diperhatikan apa saja faktor yang dapat mempengaruhinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor secara langsung yang dapat mempengaruhi harga yaitu biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan lainnya. Sedangkan faktor tidak langsung yaitu harga produk yang sejenis dan dijual oleh pesaing. Tujuan adanya penetapan harga dalam suatu perusahaan pada umumnya yaitu untuk berorientasi pada laba, volume, citra dan stabilisasi harga.[10]

Adapun indikator harga menurut Kotler dan Amstrong antara lain, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat.[11]

---

[9] Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", 75.

[10] Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), 171.

[11] Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.", 75.

3. Tempat (*Place*)

Penentuan tempat atau lokasi serta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, agar nasabah dapat mudah menjangkau lokasi yang ada. Selain itu juga harus dapat memberikan rasa nyaman dan aman kepada konsumen atau nasabah. Setiap perusahaan atau bank harus dapat memilih lokasi yang strategis, karena kesalahan dalam pemilihan lokasi dapat menyebabkan meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan tersebut, selain itu juga dapat mengurangi minat calon nasabah dalam berhubungan dengan bank. Adapun indikator tempat menurut Fandy Tjipto antara lain, yaitu mudah dijangkau, pusat keramaian, dan aman.[12]

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu elemen yang ada di bauran pemasaran untuk menginformasikan, membujuk serta mengingatkan konsumen terhadap merek dan produk dari suatu perusahaan. Karena sebagus apapun kualitas dari produk, namun apabila konsumen tidak yakin pada produk tersebut dapat berguna tentunya mereka tidak akan tertarik untuk membeli produk tersebut.[13] Kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan agar dapat mempengaruhi konsumen sehingga mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan kemudian mereka tertarik dan ingin membeli atau

---

[12] Apri Kaita, Punju dan Vindya Donna Adindarena, "Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kambera Kabupaten Sumba Timur," *Transformatif* 11, no. 1, (2022):17.

[13] Rita Tri Yusnita dan Dina Pebrianti, "Analisis Volume Penjualan berdasarkan Bauran Pemasaran pada Home Industry Kerajinan Tas Mandiri Olshop Rajapolah," *jurnal ekonomi perjuangan* 2, no. 1 (2021),18.

menggunakan produk tersebut. Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Amstrong antara lain, yaitu media promosi, lewat karyawan, dan periklanan.[14]

5. Orang (*People*)

Orang (*People*) dalam bauran pemasaran memiliki peranan penting, karena terlibat langsung dalam penyampaian produk secara langsung kepada konsumen. Semua sikap dan prilaku dari seorang karyawan bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan memiliki pengaruh atas keberhasilan penyampaian jasa dan persepsi konsumen akan suatu produk maupun jasa.[15] Selain itu karyawan yang memiliki pengetahuan yang baik akan suatu produk akan memberikan citra yang baik pula bagi suatu perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus cermat dalam menyeleksi karyawan sebagai penyalur distribusi jasa agar nantinya dapat bekerja maksimal sesuai dengan *skill* dan porsinya, sehingga kepuasan konsumen dapat terpenuhi dalam memilih jasa sebagai kebutuhan. Adapun indikator orang *(people)* menurut Fandy Tjipto antara lain, yaitu pelayanan, penampilan karyawan, keramahan dan kesopanan karyawan.[16]

6. Proses (*Proces*)

Proses adalah seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menyampaikan produk maupun jasanya kepada konsumen dimulai dari

---

[14] Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.", 75.

[15] Erina Alimin, et al. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di era Bisnis dan Modern)* (Mataram: Seval Literindo Kreasi, 2022), 76.

[16] Amelinda Sudarto dan Rani Rumita, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan," *Industrial Engginering Online Journal* 4, no.1, (2015), 3.

pemilihan hingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk, dengan persepsi konsumen puas kepada perusahaan. Proses meliputi sistem dan prosedur terhadap seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan. Sistem dan prosedur akan mencerminkan suatu penilaian yang diberikan konsumen apakah pelayanannya cepat atau lambat dan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih perusahaan atau bank.[17] Adapun indikator proses menurut Fandy Tjipto antara lain, yaitu kemudahan transaksi, kecepatan transaksi, dan ketelitian.[18]

7. Bukti Fisik (*Physial Efidence*)

Bukti fisik merupakan sejumlah sarana dan prasarana yang dimilki suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehingga produk maupun jasa yang ditawarkan dapat diterima secara efektif dan efisien oleh konsumen. Bukti fisik menjadi hal yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen karena mencerminkan kualitas layanan yang diberikan, seperti fasilitas gedung, ruang tunggu yang nyaman, penampilan karyawan, fasilitas parkir, kualitas komunikasi yang berkaitan dengan tampilan dari sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan. Bukti fisik menjadi cara yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dan berminat untuk menggunakan produk yang dimiliki

[17] Ikatan Bankir Indonesia *Strategi Sukses Bisnis Bank, 175*.

[18] Amelinda Sudarto dan Rani Rumita, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan)", 3.

oleh suatu bank tersebut. Adapun indikator bukti fisik menurut Fandy Tjipto, antara lain yaitu lingkungan, tata letak dan fasilitas tambahan.[19]

Tabel 2.1
Indikator Bauran Pemasaran

No.	Bauran Pemasaran	Indikator Bauran Pemasaran
1.	Produk *(Product)*	Produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan dan keinginan, produk yang ditawarkan menarik, produk yang ditawarkan bermutu.
2.	Harga *(Price)*	Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat.
3.	Tempat *(Place)*	Mudah dijangkau, pusat keramaian, dan aman
4.	Promosi *(Promotion)*	Media promosi, lewat karyawan, dan periklanan.
5.	Orang *(People)*	Pelayanan, keramahan dan kesopanan karyawan, penampilan karyawan.
6.	Proses *(Proses)*	Kemudahan transaksi, kecepatan transaksi, dan ketelitian.
7.	Bukti Fisik *(Phsycal Efidence)*	Lingkungan, tata letak, fasilitas tambahan.

C. Tabungan Haji

1. Pengertian Tabungan Haji

Tabungan merupakan tindakan yang dianjurkan oleh islam, karena dengan menabung seorang muslim mempersiapkan terhadap perencanaan di masa mendatang dan untuk menghadapi hal yang tidak diinginkan. Pada

[19] *Ibid.*

Q.S An-Nisa: 9 secara tidak langsung telah memerintahkan umat muslim agar mempersiapkan hari esok lebih baik.

وَلْيَخْشَ ٱلَّذِينَ لَوْ تَرَكُواْ مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَٰفًا خَافُواْ عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُواْ ٱللَّهَ وَلْيَقُولُواْ قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: "Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar",(Q.S An-Nisa :9)

Dalam ayat tersebut memerintahkan umat muslim untuk bersiap dan mengantisipasi masa depan, baik secara ekonomi maupun rohani harus dipikirkan langkah dalam perencanaannya salah satu adalah dengan menabung. Tabungan merupakan salah satu produk penghimpunan dana dari masyarakat. Menurut UU Nomor 10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[20]

Sedangkan haji merupakan salah satu rukun islam yang kelima yang diwajibkan oleh Allah Swt. kepada orang yang mampu menunaikannya yaitu bagi yang memiliki kesanggupan biaya, sehat jasamani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut. Adapun dalil yang mewajibkan ibadah haji terdapat dalam firman Allah Swt. Qs. Al-Imran: 97.

[20] Ismail, Akuntansi Bank Teori dan Aplikasi dalam Rupiah, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2010), 48.

فِيهِ ءَايَٰتُۢ بَيِّنَٰتٌ مَّقَامُ إِبۡرَٰهِيمَۖ وَمَن دَخَلَهُۥ كَانَ ءَامِنٗاۗ وَلِلَّهِ عَلَى ٱلنَّاسِ حِجُّ ٱلۡبَيۡتِ مَنِ ٱسۡتَطَاعَ إِلَيۡهِ سَبِيلٗاۚ وَمَن كَفَرَ فَإِنَّ ٱللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ ٱلۡعَٰلَمِينَ ٩٧

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

Haji adalah suatu bentuk ibadah dalam rangka mengunjungi ka'bah yang dilakukan pada waktu tertentu dan harus memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan, melaksanakan ibadah haji hanya wajib dilaksanakan sekali seumur hidup.[21]

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tabungan haji merupakan tabungan yang ditujukan untuk orang-orang yang berniat pergi haji dimana penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat tertentu yang telah disepakati.

2. Akad Tabungan Haji

Secara umum akad yang biasa digunakan pada produk tabugan haji pada perbankan syariah di Indonesia, antara lain: [22]

a. Mudharabah

Mudharabah merupakan kerja sama antara 2 pihak atau lebih, yang salah satunya memberikan modal (harta) pada pihak lain untuk mengelolanya. Sedangkan untuk keuntungan dibagi antara keduanya sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Apabila terjadi

[21] Sukayat, *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama*, 4.
[22] Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 60.

kerugian bukan karena kelalaian atau kecurangan pengelola maka kerugian ditanggung sepenuhnya oleh pemilik modal.

b. Wadiah

Wadiah merupakan akad titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bertanggung jawab atas pengembalian titipan.

3. Mekanisme dan Peraturan Tabungan Haji

a. Mekanisme Tabungan Haji

Sebelum membuka rekening tabungan haji, nasabah harus memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak bank.[23] Adapun mekanisme Pembukaan Tabungan Haji, yaitu :

1) Mendatangi Bank Syariah terdekat sesuai dengan domisili KTP nasabah.
2) Mempersiapkan dokumen persyaratan seperti KTP, NPWP dan lain sebagainya.
3) Mengisi formulir serta menunjukkan persyaratan yang dibutuhkan.
4) Setelah proses selesai, maka nasabah akan mendapatkan berbagai fasilitas seperti buku tabungan dan dapat melakukan penyetoran selanjutnya hingga mencapai minimal biaya untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji.

[23] Yeyen Priyanti, "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka," *Jimpa* 1, no. 2 (2021): 283.

b. Peraturan Tabungan Haji

Peraturan tabungan haji terdapat pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji yang terdapat dalam Pasal 12 ayat 1[24] yang berbunyi " Setiap warga negara yang akan menunaikan ibadah haji harus membuka rekening tabungan jamaah haji pada BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dengan demikian setiap masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji harus memiliki tabungan haji.

Pada pasal 12 ayat 3 yang berbunyi " warga negara yang telah memiliki tabungan haji sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) membayar setoran awal BIPIH khusus sesuai dengan jumlah yang telah ditetapkan sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 10 ayat (5) yang berbunyi "besaran pembayaran setoran awal ditetapkan oleh menteri". Dengan demikian masyarakat yang telah memiliki tabungan haji harus membayar BIPIH sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh menteri.

[24] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksaan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji pasal 12.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian yang dipilih menjadi lokasi dalam menganalisis gejala ilmiah yang terjadi.[1] Penelitian lapangan bertujuan untuk mempelajari secara mendalam mengenai latar belakang keadaan yang terjadi sekarang, interaksi di lingkungan baik itu individu, kelompok maupun unit sosial, lembaga maupun interaksi yang ada di dalam masyarakat.

Berdasarkan pemaparan yang telah dikemukakan diatas maka peneliti akan melakukan jenis penelitian lapangan di Bank Aman Syariah Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha untuk menuturkan permasalahan yang ada sekarang berdasarkan data, selain itu penelitian deskriptif juga menyajikan data, menganalisis serta untuk menginterpretasikan data.[2] Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang pengumpulan

---

[1] Abdurahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka cipta, 2011), 96.

[2] Cholid Narbuko dan H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 44.

datanya dari suatu peristiwa yang akan diteliti, dengan maksud untuk menafsirkan fenomena yang tengah terjadi.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Karena penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan suatu peristiwa mengenai fakta dari hasil pengamatan objek alamiah yang berasal dari sumber tertulis maupun lisan yang didapatkan dari narasumber maupun dari prilaku yang diamati.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan subjek dari mana data itu diperoleh. Pada penelitian ini menggunakan beberapa sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data.[3] Sumber data primer dalam penelitian ini didapat langsung dari wawancara dengan Direktur Bank Aman Sariah Sekampung, Marketing dan nasabah tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung guna mencari data terkait strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung dalam menarik minat nasabah.

[3] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 225.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dan *Insidental Sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. [4] Pada penelitian ini teknik *purposive sampling* digunakan untuk pengambilan sampel kepada Direktur dan Marketing Bank Aman Syariah Sekampung karena dianggap memenuhi kriteria yaitu paling mengetahui mengenai masalah yang akan diteliti yaitu strategi pemasaran produk tabungan haji.

Sedangkan *insidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[5] Dalam pengambilan sampel kepada nasabah tabungan haji menggunakan teknik *insidental sampling,* peneliti mengambil sampel kepada siapa saja nasabah tabungan haji yang ditemui secara kebetulan pada saat itu juga yang dipandang cocok sebagai sumber data, mengingat lokasi dan tempat nasabah yang sulit untuk dijangkau.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.[6] Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan nasabah, brosur yang dikeluarkan Bank

[4] *Ibid., 85.*
[5] *Ibid.*
[6] *Ibid.,* 225.

Aman Syariah Sekampung serta dari buku-buku, karya ilmiah yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan secara langsung berhadapan dengan yang akan diwawancarai, tetapi dapat juga dengan wawancara secara tidak langsung dengan memberikan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan terlebih dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain. Wawancara menjadi alat pembuktian *(re-cheking)* terhadap informasi yang telah diperoleh sebelumnya. [7]

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara semi terstruktur, dimana peneliti menyiapkan daftar pertanyaan yang akan ditanyakan sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan, namun memberikan kebebasan kepada responden untuk menjelaskannya selagi pembahasan tidak keluar dari konteks permasalahan penelitian.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari tentang catatan-catatan terkait data pribadi responden.[8] Teknik pengumpulan data ini dapat membantu proses penelitian yang dilakukan sehingga dapat memecahkan masalah dalam penelitian ini.

---

[7] *Ibid,* 138.
[8] Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, 112.

Berdasarkan penjelasan diatas, dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa dokumen resmi yang dimiliki bank aman syariah sekampung guna mendapatkan data yang relevan dengan penelitian ini seperti profil bank, struktur organisasi, gambaran produk, visi dan misi dari Bank Aman Syariah Sekampung serta dari data tertulis hasil wawancara, foto wawancara, maupun catatan materi.

D. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data diperlukan dalam penelitian kualitatif demi keaslian dan temuan data dapat dinyatakan valid. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang diartikan sebagai pengecekaan data dari berbagai sumber, berbagai cara, dan berbagai waktu. [9]

Pada penelitian ini teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Tringaluasi sumber untuk menguji kredibiltas data dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan teknik triangulasi sumber, maka peneliti akan membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara kepada Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, Marketing dan nasabah produk tabungan haji.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan seseorang dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satu kesatuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, kemudian mencari dan

[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 273.

menemukan pola, menemukan apa yang penting serta yang dipelajari, dan memutuskan hal yang dapat diceritakan kepada orang lain.[10]

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif. Adapun tahapan analisis data sebagai berikut :

1. **Reduksi Data (*Data Reduction)***

   Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. **Penyajian Data *(Data Display)***

   Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

3. ***Conlusion Drawing/Verification***

   Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas setelah diteliti menjadi jelas. [11]

[10] Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif, edisi Revisi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 248.

[11] Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 249.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Bank Aman Syariah Sekampung

1. Sejarah Berdirinya Bank Aman Syariah Sekampung

Berdirinya PT. BPRS Aman Syariah diawali oleh adanya keinginan masyarakat untuk melaksanakan transaksi perbankan atau kegiatan ekonomi secara umum yang sejalan dengan nilai dan prinsip syariah, khususnya bebas riba sesuai dengan fatwa MUI. Dari alasan itulah beberapa tokoh praktisi Lembaga Keuangan Mikro Syariah (BMT) di sekampung bercita-cita mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT. BPRS Aman Syariah. Dimana BPRS merupakan *community bank* yaitu bank yang berfokus melayani masyarakat di wilayah cakupan layanannya, dengan menerapkan strategi bersaing yang memanfaatkan potensi muatan local (*local content*) dengan berbagai dimensi. Oleh karena itu pendirian PT.BPRS Aman Syariah dengan potensi muatan lokal yaitu permodalan, penghimpunan dana, penyaluran dana, pengurus, pegawai adalah berasal dari masyarakat Lampung Timur khususnya yang berdomisili di Kecamatan Sekampung.[1]

Berlandaskan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dan PBI No.11/23/PBI/2009 tanggal 1 Juli 2009 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah serta SE BI No. 11/34/DPbS tanggal 23 Desember 2009 perihal Bank Pembiayaan Rakyat Syariah maka di Kecamatan Sekampung

[1] Dokumentasi Profil Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

Kabupaten Lampung Timur direncanakan mendirikan PT. BPRS Aman Syariah sebagai *community bank* sesuai dengan PBI No.11/23/PBI/2009 BPRS hanya dapat didirikan dengan izin Bank Indonesia yaitu izin prinsip dan izin usaha. Untuk izin prinsip salah satunya adanya studi kelayakan mengenai peluang pasar dan potensi ekonomi.

PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur didirikan berdasarkan Rapat Calon Pemegang Saham pada tanggal 17 Maret 2012 oleh 17 orang calon pemegang saham PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur. Mendapatkan badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur No. 15 tanggal 11 Pebruari 2014 oleh Notaris Abadi Riyantini, Sarjana Hukum dan pengesahan Badan Hukum PT dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham) Nomor: AHU-10.01982.PENDIRIAN-PT.2014 tanggal 13 Pebruari 2014 serta Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 Januari 2014.

PT. BPRS Aman Syariah Sekampung mulai beroperasi pada tanggal 30 Desember 2014 berdasarkan Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor: S-237/PB.131/2014 tentang Pemberian Izin Usaha pada tanggal 30 Desember 2014.[2] Dalam operasionalnya PT. BPRS Aman Syariah Lampung timur dikelola oleh direksi dan jajaran karyawan serta diawasi oleh Dewan Komisaris. Hasil pengelolaan yang dilakukan oleh direksi dan

[2] Dokumentasi Profil Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

pengawasan yang dilakukan Dewan Komisaris serta pengawasan secara syariah oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dilaporkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

PT BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan BPRS merupakan singkatan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sedangkan Aman Syariah merupakan nama dari badan usaha tersebut. PT. BPRS Aman Syariah merupakan badan usaha dalam bidang perbankan syariah yaitu mengenai pembiayaan dan simpanan pola syariah. Sampai dengan saat ini, Bank Aman Syariah sudah memiliki dua kantor kas yaitu di Metro dan Purbolinggo.

2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung

Visi Bank Aman Syariah Sekampung yaitu menjadi BPR Syariah terbesar di lampung yang tumbuh dan berkembang secara sehat dan kuat yang ditunjang oleh misi, di antaranya: [3]

a. Meningkatkan perluasan jaringan dengan pembukaan kantor cabang di wilayah lampung yang strategis.
b. Meningkatkan pelayanan secara profesional, syariah dan amanah yang memiliki nilai tambah.
c. Meningkatkan sumber daya manusia yang mampu bersaing sesuai dengan perkembangan teknologi informasi yang berbasis syariah.
d. Meningkatkan pengelolaan dengan menerapkan *Good Corporate Governence* (GCG) diseluruh kantor yang ada.

[3] Dokumentasi Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

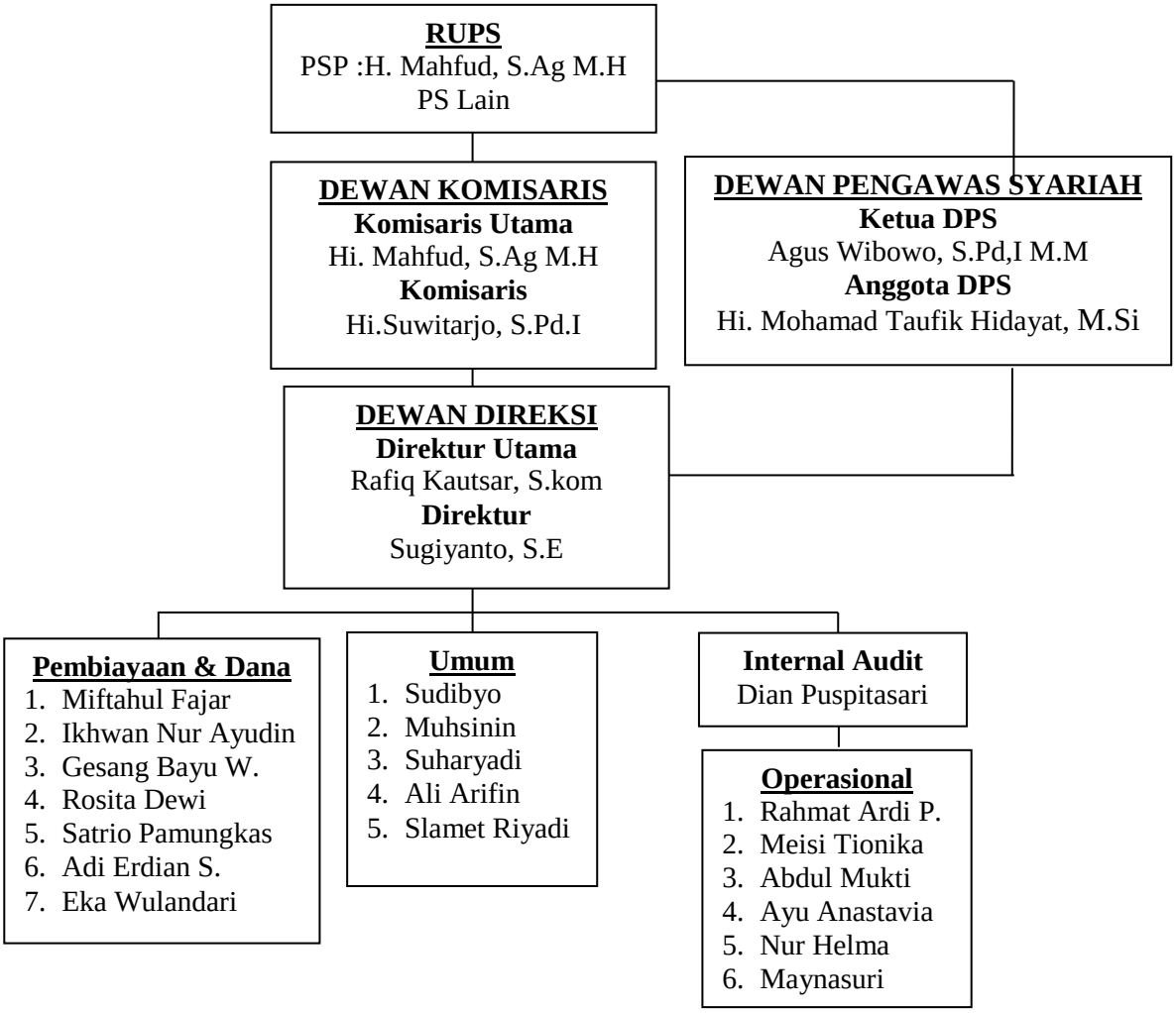
e. Meningkatkan fungsi dan peran bank kepada masyarakat secara luas.

f. Meningkatkan penerapan bisnis dan operasional dengan menerapkan prinsip prudent.

g. Peningkatan permodalan yang seimbang sejalan pertumbuhan aset dan pendapatannya.

3. Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung [4]

Gambar 1.1
Susunan Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung
Kabupaten Lampung Timur



Sumber: Bank Aman Syariah Sekampung

[4] Dokumentasi Struktur Organisasi Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

4. Produk dan Jasa di Bank Aman Syariah Sekampung

Adapun produk maupun jasa yang dimiliki oleh Bank Aman Syariah Sekampung, yaitu:

a. Produk Pendanaan

Produk yang ditawarkan oleh Bank Aman Syariah sekampung pada bidang pendanaan berupa:

1) TAKWA (Tabungan Khusus Wadiah)

Merupakan tabungan yang dapat menampung berbagai aspek kepentingan baitul maal dan yang bersifat amanah lainnya dengan sistem wadiah.[5]

2) TAMBAH (Tabungan Mudharabah)

Merupakan produk tabungan yang ditawarkan kepada masyarakat dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati. Tabungan ini terbagi menjadi sembilan jenis, yaitu:

a) TAJIMABRUR (Tabungan Haji Mabrur)

b) TAQURBANAS (Tabungan Qurban Aman Syariah)

c) TAPENAS (Tabungan Pendidikan Aman Syariah)

d) TAMATU (Tabungan Masa Tua)

e) TABANAS (Tabungan Anak Sejahtera)

f) TAMU (Tabungan Makbullah Umrah)

g) TAWA (Tabungan Wisata)

[5] Dokumentasi Produk dan Jasa Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

h) TAKASMARA (Tabungan Keluarga Samara)

i) TIFI (Tabungan Idul Fitri)

3) Deposito Mudharabah

Deposito berjangka ini diperuntukkan bagi penyimpanan perorangan, organisasi sosial, perusahaan badan amal, serta bagi koperasi dari segala lapisan masyarakat.

b. Pembiayaan

Produk yang ditawarkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung pada bidang pembiayaan berupa: [6]

1) Pembiayaan Bagi Hasil (Mudharabah dan Musyarakah)

2) Pembiayaan Pemilikan Barang atau Jual Beli (Murabahah)

3) Pembiayaan Qardh

4) Pembiayaan Multijasa

5. Produk Tabungan Haji Bank Aman Syariah Sekampung

Tabungan Haji merupakan produk simpanan guna menampung kepentingan umat muslim yang berniat menunaikan ibadah haji akan tetapi belum cukup untuk membayar lunas sekaligus. Terciptanya produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung berawal dari adanya permintaan masyarakat yang menginginkan tabungan haji yang simpanannya dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).[7] Sejak mulai beroperasinya Bank Aman Syariah Sekampung pada tanggal 30 desember 2014 produk tabungan haji telah ada untuk membantu

[6] Dokumentasi Produk dan Jasa Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.
[7] *Ibid.*

masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji. Produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung menggunakan akad Mudharabah, dengan bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank sebesar 27%, untuk mendapatkan porsi haji (nomor keberangkatan) paling tidak saldo tabungan haji harus mencapai Rp.25.000.000.[8]

a. Keunggulan Tabungan Haji Bank Aman Syariah Sekampung

Dalam produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung terdapat keunggulan tersendiri yaitu sebagai berikut:

1) Setoran awal yang rendah yaitu Rp.225.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp.10.000
2) Frekuensi setorannya tidak terbatas
3) Pada produk tabungan haji nasabah atau calon jamaah haji akan didampingi oleh pihak bank dalam mengurus pendaftaran haji ke sistem Kemenag (Siskohat)
4) Pada tabungan haji terdapat bagi hasil sebesar 27%. [9]

b. Syarat dan tata cara pendaftaran tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung

Adapun syarat untuk mendaftar tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung yaitu KTP dan KK dan untuk tata cara pendaftarannya sebagai berikut:

[8] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[9] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto Selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

1) Nasabah mengajukan permohonan pembukaan rekening dengan mengisi formulir yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dan menyertakan dokumen persyaratan yang dibutuhkan seperti fotokopi KTP dan KK dan lain sebagainya.
2) Lalu Bank akan melakukan verifikasi awal serta menginput data nasabah.
3) Selanjutnya nasabah akan mendapatkan nomor ID nasabah.
4) Apabila proses telah selesai, nasabah akan mendapatkan berbagai fasilitas seperti buku tabungan dan dapat melakukan penyetoran selanjutnya hingga mencapai minimal biaya untuk mendapatkan porsi keberangkatan ibadah haji. [10]

B. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Bank Aman Syariah Sekampung Dalam Menarik Minat Nasabah

Strategi Pemasaran merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan agar dapat tercapainya tujuan dari suatu perusahaan serta dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk maupun jasa.[11] Salah satunya dengan cara mengenalkan produknya kepada masyarakat sehingga dapat mempengaruhi minat serta ketertarikan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh bank.

Sama halnya dengan bank yang lain, Bank Aman Syariah Sekampung juga menerapkan strategi pemasaran agar masyarakat tertarik menggunakan produk yang dimiliki. Salah satu produk yang dimiliki oleh Bank Aman

[10] *Ibid.*
[11] Mariya Ulpah, "Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah," *Madani Syariah* 4, no.1 (2021): 30.

Syariah Sekampung yaitu produk tabungan haji. Produk ini merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji namun masih terkendala dalam hal materi. Terciptanya produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung berawal dari adanya permintaan masyarakat yang menginginkan tabungan haji yang simpanannya dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).[12]

Dalam penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung, menurut Bapak Adi selaku Marketing selama ini dalam memasarkan produk tabungan haji dengan menawarkan secara langsung kepada masyarakat di lingkungan pasar, acara pengajian, pertemuan guru di sekolah, instansi, pondok pesantren, Majelis Ta'lim dan melakukan kegiatan sosialisasi produk tabungan haji pada setiap kegiatan yang ada di dalam suatu desa. Kegiatan pemasaran ini lakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat mengenal produk tabungan haji, sehingga dapat menarik minat masyarakat yang berniat pergi haji untuk menggunakan tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.[13]

Menurut bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, selain menawarkan secara langsung kepada masyarakat pemasaran tabungan haji juga dilakukan melalui media elektronik seperti

[12] Wawacara dengan bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

[13] Wawancara dengan bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

website yang dimiliki Bank Aman Syariah Sekampung. Strategi pemasaran dianggap sebagai landasan pokok dalam menarik dan mendapatkan nasabah. [14]

Dalam melakukan pemasaran produk tabungan haji terdapat kendala yang dihadapi oleh Bank Aman Syariah Sekampung yaitu adanya persaingan dari banyaknya kompetitor yang menghadirkan produk serupa, kendala lain yaitu dari nasabah itu sendiri yang belum berniat menggunakan produk tabungan haji serta selama pandemi pendapatan masyarakat yang menurun sehingga berpengaruh terhadap minat dan keinginan masyarakat untuk menggunakan produk haji.[15] Maka dari itu Bank Aman Syariah Sekampung harus benar-benar memiliki strategi pemasaran yang lebih baik dan menarik dibandingkan dengan lembaga lainnya.

Bank Aman Syariah Sekampung dalam melakukan kegiatan pemasaran, menerapkan strategi pemasaran menggunakan konsep 7P yaitu sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Penerapan strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung menampilkan kelebihan serta keunggulan pada produk tabungan haji, sehingga dari kelebihan dan keunggulan tersebut diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan haji. Keunggulan produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dibandingkan dengan lembaga lain yaitu terletak pada

[14] Wawancara dengan bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

[15] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28Februari 2023 .

penyetoran tabungan haji atau disebut dengan *Pick Up* dana. Dimana untuk nasabah tabungan haji dalam melakukan penyetoran tabungan haji dapat melalui marketing dan tidak diharuskan datang secara langsung ke Bank Aman Syariah Sekampung. [16] Pada produk tabungan haji nasabah atau calon jamaah haji akan didampingi oleh pihak bank dalam mengurus pendaftaran haji ke sistem Kemenag, minimal setoran tabungan yang rendah, dengan kemudahan yang ditawarkan diharapkan dapat membantu nasabah tabungan haji. Selain itu produk tabungan haji pada Bank Aman Syariah Sekampung memiliki ciri khas dalam penyebutan produknya yaitu TAJIMABRUR. Dengan penyebutan produk yang mudah diharapkan agar produk tabungan haji mudah dikenali dan diingat oleh nasabah. [17]

Berdasarkan wawancara dengan ibu isnaniyah selaku nasabah tabungan haji, beliau tertarik pada produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung karena karyawan marketing menjelaskan semua hal terkait tabungan haji dengan sabar dan rinci, setoran tabungan yang ringan dan penyetoran tabunganya dapat dilakukan melalui karyawan marketing tidak harus datang ke bank hal ini menjadi keunggulan produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung menurut beliau dengan menjadi nasabah produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung beliau merasa terbantu mewujudkan keinginannya untuk menunaikan

[16] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto Selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

[17] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

ibadah haji.[18] Berdasarkan wawancara dengan ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji, ketertarikan untuk menjadi nasabah haji di Bank Aman Syariah Sekampung ketika ada kegiatan sosialisasi tentang tabungan haji pihak bank menjelaskan mekanisme, keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan pada produk tabungan haji, serta setoran tabungan haji nya yang ringan dan tidak memberatkan calon nasabahnya. Sehingga membuat beliau tertarik untuk menjadi salah satu nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung.[19]

Selain itu berdasarkan wawancara dengan ibu Mulyanti selaku nasabah tabungan haji, beliau tertarik menjadi nasabah produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung karena beliau memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji namun dana yang dimiliki belum mencukupi, dan menurut beliau pelayanan yang diberikan baik dan cepat serta setoran tabungannnya yang tidak terlalu tinggi. Maka dari itu beliau tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, dengan menjadi nasabah produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung beliau merasa terbantu dalam mewujudkan keinginan beliau untuk melaksanakan ibadah haji.[20]

Hal ini sejalan dengan teori yang telah dijelaskan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk

[18] Wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[19] Wawancara dengan Ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 3 Maret 2023.

[20] Wawancara dengan Ibu Mulyanti selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 3 Maret 2023.

mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Dalam penetapan suatu produk ada indikator yang harus diperhatikan menurut Kotler dan Amstrong yaitu produk yang ditawarkan memenuhi kebutuhan dan keinginan, produk yang ditawarkan menarik, dan produk yang ditawarkan bermutu.[21]

Produk tabungan haji pada Bank Aman Syariah Sekampung dapat dikatakan menarik karena dengan diberikan kemudahan, proses pelayanan yang baik dan cepat, setoran tabungan yang ringan, keuntungan dan keunggulan yang ditawarkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung membuat masyarakat tertarik menggunakan produk tabungan haji. Produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung ini dapat dikatakan memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji terlihat dari adanya peningkatan nasabah tabungan haji yaitu 11 orang dari tahun sebelumnya, nasabah yang memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji terbantu dengan menggunakan produk ini. Produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung ini bermutu, karena dapat memberikan kepuasan kepada nasabah yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah atas suatu produk. Produk tabungan haji ini dapat memberikan kepuasan kepada nasabah nya seperti pelayanan yang diberikan oleh karyawannya yang cepat dan membantu mengurus pendaftaran haji sampai dengan keberangkatan mereka ke tanah suci.

[21] Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.", 75.

2. Harga *(Price)*

Harga menggambarkan besarnya dana yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk maupun jasa. Penentuan harga merupakan salah satu aspek pemasaran yang sangat penting mengingat harga menjadi salah satu penyebab laku atau tidaknya produk yang ditawarkan oleh bank, dan akan sangat menentukan permintaan dari pasar.[22] Dalam penentuan harga untuk produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dipertimbangkan dari berbagai aspek yaitu dari keadaan ekonomi masyarakat karena target produk tabungan haji ini bukan hanya dari kalangan menengah keatas akan tetapi diperuntukkan juga bagi kalangan menengah kebawah yang ingin melaksanakan ibadah haji, dan mempertimbangkan dari harga yang ditetapkan oleh lembaga keuangan yang lainnya agar harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi. [23]

Tujuan dari adanya penetapan harga di Bank Aman Syariah Sekampung agar biaya ibadah haji dapat terjangkau bagi masyarakat. Berikut rincian harga yang telah ditetapkan Bank Aman Syariah Sekampung pada produk tabungan haji:

a. Setoran pertama minimal Rp.225.000
b. Setoran selanjutnya minimal Rp.10.000
c. Frekuensi setorannya tidak terbatas
d. Untuk mendapatkan porsi haji (nomor keberangkatan) paling tidak saldo tabungan nasabah harus mencapai Rp. 25.000.000

[22] Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank.*, 171.
[23] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

Pada produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung menggunakan akad Mudharabah dengan bagi hasil yang diberikan oleh pihak bank sebesar 27%.[24] Akad mudharabah dipilih karena sesuai dengan proses tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dimana terdapat bagi hasil yang telah ditetapkan, dan tabungan haji dengan tujuan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) dan bukan untuk transaksi secara harian. Dengan adanya bagi hasil dan setoran awal yang tidak terlalu tinggi diharapkan dapat menarik minat masyarakat pada produk tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.

Sebagaimana wawancara dengan ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji, beliau tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung karena pada setiap setoran tabungan haji sangat ringan dan terjangkau yaitu Rp.10.000 sehingga tidak memberatkan beliau dalam menabung.[25] Berdasarkan wawancara dengan ibu sunarni selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau harga yang ditetapkan pada setoran tabungan haji cukup terjangkau dan telah dapat membuka rekening tabungan haji. [26] Selain itu berdasarkan wawancara dengan dengan bapak Darnaji selaku nasabah tabungan haji alasan beliau tertarik pada produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung selain karena setoran tabungan yang rendah tidak memberatkan beliau, terdapat keuntungan

[24] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[25] Wawancara dengan Ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[26] Wawancara dengan Ibu Sunarni sselaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

yang akan diperoleh dan beliau merasa aman menabung di Bank Aman Syariah Sekampung karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).[27]

Hal ini sejalan dengan teori yang telah dijelaskan bahwa harga menggambarkan besarnya dana yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk maupun jasa. Dalam penentuan harga ada indikator yang harus diperhatikan menurut Kotler dan Amstrong yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat.[28]

Keterjangkauan harga produk tabungan haji dapat dilihat dari setoran yang ditetapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung pada pembukaan rekening tabungan haji sebesar Rp.225.000 dan untuk setoran selanjutnya minimal Rp.10.000 harga ini dapat dikatakan masih terjangkau oleh nasabah tabungan haji dan tidak memberatkan nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung karena Bank Aman Syariah Sekampung dalam menetapkan harga mempertimbangkan dari keadaan ekonomi masyarakat sekitar, dan harga yang ditetapkan Bank Aman Syariah Sekampung pada produk tabungan haji sesuai dengan kualitas serta manfaat dari produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung yang akan didapatkan oleh nasabah.

[27] Wawancara dengan Bapak Darnaji selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 2 Maret 2023.

[28] Christian A.D Selang, “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado", 75.

3. Tempat *(Place)*

Penentuan lokasi dimana suatu bank akan beroperasi merupakan salah satu faktor yang penting dalam pemasaran. Karena dapat mempengaruhi aktivitas bank dalam penjualan suatu produk maupun jasa. Dalam menentukan lokasi harus mempertimbangkan mudah tidaknya dijangkau oleh masyarakat dan harus dapat memberikan rasa aman dan nyaman kepada calon nasabah. [29]

Bank Aman Syariah Sekampung dalam melakukan kegiatan fungsionalnya didukung oleh letak yang strategis yaitu bertempat di sekampung dan berada di jalan utama desa sumbergede yang cukup ramai dilalui oleh masyarakat selain itu Bank Aman Syariah Sekampung berada di dekat lingkungan pasar sekampung yang merupakan pusat kegiatan perekonomian masyarakat, dekat dengan pasar tersebut memberikan kemudahan bagi marketing untuk memasarkan produk yang ada termasuk tabungan haji. Keberadaan Bank Aman Syariah Sekampung di lokasi tersebut memberikan nilai lebih yaitu dapat mudah dilihat dengan jelas, dapat memudahkan masyarakat untuk menjangkau keberadaan Bank Aman Syariah Sekampung, dengan lokasi yang mudah untuk dijangkau tentunya akan mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah dan mendukung strategi pemasaran pada produk tabungan haji.[30]

---

[29] Indah Mahardya Putri dan Husna Ni'matul Ulya, "Strategi Pemasaran Baitul Maal Wa Tamwil Insan Mandiri dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Pembiayaan Musyarakah," *Journal of Islamic Economics (JoIE)* 1, no. 2 (2021): 77.

[30] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Darnaji selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau lokasi Bank Aman Syariah Sekampung ini cukup strategis karena berada di jalan utama Desa Sumber Gede yang ramai dilintasi masyarakat dan dekat dengan pasar sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat luas.[31] Hal tersebut didukung dengan wawancara Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau lokasi Bank Aman Syariah Sekampung yang berada di lingkungan pasar ini strategis mudah dijangkau dan aman didukung dengan security yang ada untuk meminimalisir tindak kejahatan.[32]

Hal ini sejalan dengan teori yang telah dipaparkan, bahwa penentuan lokasi menjadi sangat penting agar nasabah dapat mudah menjangkau lokasi yang ada. Dalam penentuan lokasi, ada indikator yang harus diperhatikan menurut Fandy Tjipto yaitu harus memperhatikan lokasi tersebut mudah dijangkau, pusat keramaian dan aman. Karena kesalahan dalam penentuan lokasi akan mengurangi minat masyarakat menjadi nasabah dari bank tersebut apabila lokasinya sulit dijangkau. [33]

Pada Bank Aman Syariah Sekampung strategi lokasi ini telah diterapkan. Lokasi bank Aman Syariah Sekampung mudah untuk dijangkau oleh masyarakat karena berada di jalan utama desa sumber gede yang merupakan jalur lalu lintas yang ramai dilalui masyarakat, dan

[31] Wawancara dengan Bapak Darnaji selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 2 Maret 2023.

[32] Wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[33] Punju dan Adindarena, “Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kambera Kabupaten Sumba Timur.", 17.

berada di pusat keramaian yaitu dekat dengan lingkungan pasar dan masyarakat hal ini menjadi lokasi yang tepat untuk proses distribusi suatu produk, serta lokasi Bank Aman Syariah Sekampung ini dapat dikatakan aman didukung dengan *security* yang dimilikinya untuk menjaga kegiatan transaksi yang dilakukan oleh nasabah untuk meminimalisir terjadinya kejahatan. Sehingga tidak menutup kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Aman Syariah Sekampung.

4. Promosi *(Promotion)*

Promosi merupakan salah satu elemen yang ada di bauran pemasaran untuk menginformasikan, membujuk, serta mengingatkan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa dari suatu bank. Karena sebagus apapun kualitas dari produk, namun bila masyarakat tidak yakin pada produk tersebut dapat berguna bagi mereka, tentunya mereka tidak akan tertarik untuk menggunakan produk tersebut.[34]

Penerapan strategi pemasaran pada Bank Aman Sekampung dari segi promosi yaitu dengan melakukan sosialisasi mengenai produk tabungan haji pada acara pengajian, ibu-ibu yasinan, pondok pesantren, pertemuan guru di sekolah, KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), serta instansi-instansi guna menarik minat calon nasabah. Sehingga dari kegiatan sosialisasi secara langsung kepada masyarakat ini diharapkan agar calon nasabah akan memahami produk apa saja yang dibutuhkan dan tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Aman Syariah Sekampung. Promosi juga

[34] Rita Tri Yusnita dan Dina Pebrianti, "Analisis Volume Penjualan berdasarkan Bauran Pemasaran pada Home Industry Kerajinan Tas Mandiri Olshop Rajapolah," *jurnal ekonomi perjuangan* 2, no. 1 (2021): 18.

dilakukan menggunakan media elektronik seperti website Bank Aman Syariah Sekampung guna mempromosikan ke masyarakat luas.[35]

Selain itu strategi promosi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung pada produk tabungan haji, menurut bapak Adi selaku marketing dengan menawarkan secara langsung kepada masyarakat di lingkungan pasar, memberikan penjelasan secara rinci mengenai segala hal tentang tabungan haji mulai dari prosedur pendaftarannya sampai dengan keuntungan tabungan haji, namun dari promosi yang dilakukan terdapat kendala yaitu untuk brosur mengenai tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung belum tersedia.[36]

Sebagaimana wawancara dengan ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji, beliau mengetahui adanya produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung dari karyawan marketing yang melakukan sosialisasi dan menawarkan secara langsung di pasar. Beliau tertarik karena prosedur pembukaan rekening tabungan haji yang mudah dengan setoran awal yang terbilang terjangkau.[37] Selain itu berdasarkan wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji beliau mengetahui tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung

[35] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

[36] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[37] Wawancara dengan Ibu Aisyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 3 Maret 2023.

dari karyawan marketing yang melakukan sosialisasi pada kegiatan yang ada di suatu desa yaitu pada majelis ta'lim.[38]

Kegiatan promosi dilakukan dengan tujuan agar dapat mempengaruhi konsumen sehingga mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan kemudian mereka tertarik dan ingin membeli produk tersebut. Dalam penentuan promosi ada indikator yang harus diperhatikan menurut Kotler dan Amstrong yaitu media promosi, lewat karyawan, dan periklanan.[39] Pada strategi promosi yang diterapkan Bank Aman Syariah Sekampung terdapat indikator penentuan promosi yang tidak sejalan dengan teori yang telah dijelaskan.

Pada Bank Aman Syariah Sekampung promosi dilakukan oleh karyawan marketing yang mengenalkan secara langsung produknya ke masyarakat, guna mengedukasi tentang pentingnya ibadah haji bagi umat islam dan yang sudah mampu dan sekaligus menjelaskan secara rinci terkait produk tabungan haji yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan haji. Selain itu karyawan marketing melakukan promosi sosialisasi pada kegiatan yang ada di masyarakat seperti yasinan, pengajian, atau pun kegiatan keagamaan lainnya. Periklanan pada produk tabungan haji dilakukan melalui media elektronik seperti website resmi Bank Aman Syariah Sekampung. Sedangkan untuk periklanan melalui media sosial seperti instagram, facebook yang dimiliki

[38] Wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[39] Christian A.D Selang, "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.", 75.

kurang aktif dilakukan untuk produk tabungan haji. Untuk media promosi pada Bank Aman Syariah Sekampung belum menyediakan brosur secara khusus tentang tabungan haji karena sejauh ini media promosi tabungan haji masih digabung dengan produk-produk lainnya yang dimiliki oleh Bank Aman Syariah Sekampung. Padahal brosur dan promosi melalui media sosial merupakan salah satu cara yang dapat membantu untuk mengenalkan suatu produk kepada masyarakat secara luas dan memudahkan masyarakat untuk lebih mudah mendapatkan informasi mengenai produk Bank Aman Syariah Sekampung dengan begitu akan lebih banyak masyarakat tertarik dan dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung.

5. Orang *(People)*

Dalam memasarkan suatu produk orang (*people)* memiliki peranan yang penting, karena terlibat langsung dalam penyampaian produk secara langsung kepada nasabah yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah pada suatu bank.[40] Maka dari itu seorang karyawan harus dapat meyakinkan masyarakat serta dapat mengenalkan produk yang dimiliki oleh bank. Oleh karenanya, karyawan harus mempunyai kemampuan yang baik dan memiliki kinerja yang baik dalam memasarkan produk suatu bank, karyawan yang memiliki kualitas kinerja yang baik akan memberikan citra yang baik bagi suatu bank.

[40] Siti Imaniatul Muflihatin dan M Khoirul Muttaqin, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan," 9, no. 2 (2021): 17.

Untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawannya, Bank Aman Syariah Sekampung memberikan berbagai pelatihan yang bertujuan agar karyawan memahami semua hal dari produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung. Pelatihan tersebut biasanya dalam setahun minimal sekali atau dua kali dilakukan. Adapun pelatihan yang diberikan Bank Aman Syariah Sekampung kepada karyawannya yaitu mengenai pemasaran marketing diajari bagaimana cara memasarkan produk yang baik agar masyarakat tertarik, pembukuan *accounting, servic*e e*xcellent,* memberikan pemahaman tentang produk perbankan agar lebih mengetahui produk yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung.[41]

Selain itu dengan baiknya pelayanan yang diberikan oleh karyawan suatu bank akan mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu bank, maka nasabah akan loyal dan ingin mengajak orang lain untuk menjadi nasabah di bank tersebut. Berdasarkan wawancara dengan bapak Adi selaku marketing, karyawan Bank Aman Syariah memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah. Dalam melayani nasabah selalu bersikap ramah, sopan dan sabar dalam membantu keluhan nasabah, begitupula ketika melakukan pemasaran suatu produk. Selain itu dalam menarik setoran tabungan marketing menggunakan etika yang baik, ramah dan sopan sehingga diharapkan nasabah nyaman dan tertarik melakukan transaksi di

[41] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

Bank Aman Syariah Sekampung. [42] Sebagaimana wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Aman Syariah Sekampung ketika melakukan pendaftaran tabungan haji sangat baik, ramah, dan sabar ketika menjelaskan mengenai tabungan dan pada saat membuka rekening prosesnya cepat.[43] Berdasarkan wawancara dengan ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji, beliau merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Aman Syariah Sekampung dikarenakan pelayanan yang diberikan baik dan tidak membeda-bedakan nasabah yang datang, dan karyawannya yang sopan.[44]

Selain itu berdasarkan wawancara dengan ibu Mulyanti selaku nasabah tabungan haji, ketika datang ke Bank Aman Syariah Sekampung beliau disambut dengan hangat karena karyawannya yang ramah dan beliau merasa sangat dilayani saat terlihat kebingunan dan langsung diarahkan ke *customer service* untuk dibantu.[45]

Hal tersebut sejalan dengan teori yang telah dipaparkan bahwa Orang (*People*) dalam bauran pemasaran memiliki peranan penting, karena terlibat langsung dalam penyampaian produk secara langsung kepada nasabah. Dalam menentukan orang (*people*) ada beberapa indikator yang

[42] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[43] Wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[44] Wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[45] Wawancara dengan Ibu Mulyanti selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 3 Maret 2023.

harus diperhatikan yaitu pelayanan, penampilan karyawan, keramahan dan kesopanan karyawan. Pada Bank Aman Syariah Sekampung dalam menentukan karyawan sesuai dengan indikator yang ada, karyawan di Bank Aman Syariah Sekampung memberikan pelayanan yang ramah, baik, sopan dan proses yang cepat kepada nasabah, seperti saat melakukan pemasaran karyawan marketing menjelaskan secara sabar dan rinci terkait produk yang ada, saat melakukan pembukaan rekening tabungan haji, penyetoran tabungan begitupula saat nasabah memiliki keluhan karyawan akan siap membantu dan nasabah Bank Aman Syariah Sekampung merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Aman Syariah Sekampung dengan tidak membeda-bedakan nasabah yang datang. Dan penampilan karyawan yang rapi serta karyawan yang sopan dalam memberikan pelayanan sehingga nasabah puas dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

6. Proses *(Proces)*

Proses merupakan seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menyampaikan produk maupun jasanya kepada masyarakat dimulai dari pemilihan hingga nasabah memutuskan untuk melakukan pembelian produk. Strategi pemasaran dari segi proses memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat memilih suatu bank untuk menggunakan produk maupun jasa yang dimiliki.[46] Pada dasarnya masyarakat menginginkan proses yang mudah dan cepat dalam memenuhi

[46] Sudarto dan Rumita, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KPC Surabaya Selatan)", 3.

kebutuhannya akan suatu produk. Atas dasar itu bank diharapkan dapat memberikan proses yang mudah dan cepat kepada nasabah sehingga dapat menarik minat calon nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan.

Begitupula dengan Bank Aman Syariah Sekampung yang berusaha memberikan proses yang cepat dan mudah pada produk tabungan haji. Adapun alur pembukaan rekening tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung yaitu:

a. Nasabah mengajukan permohonan pembukaan rekening dengan mengisi formulir yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung dan menyertakan dokumen persyaratan yang dibutuhkan seperti fotokopi KTP dan KK.
b. Lalu Bank akan melakukan verifikasi awal serta menginput data nasabah.
c. Selanjutnya nasabah akan mendapatkan nomor ID nasabah.
d. Apabila proses telah selesai, nasabah akan mendapatkan berbagai fasilitas seperti buku tabungan dan dapat melakukan penyetoran selanjutnya hingga mencapai minimal biaya untuk mendapatkan porsi keberangkatan ibadah haji. [47]

Metode pembayaran untuk produk tabungan haji tidak diwajibkan untuk menyetor setiap bulan, nasabah tabungan haji diberikan kebebasan sesuai dengan kemampuan ekonominya. Selain itu penyetoran tabungan haji dapat dilakukan kepada karyawan marketing sehingga memudahkan

[47] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 27 Februari 2023.

nasabahnya. Pada produk tabungan haji nasabah akan didampingi oleh pihak bank dalam mengurus pendaftaran haji ke sistem Kemenag.[48] Dengan kemudahan yang diberikan diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung.

Sebagaimana wawancara dengan ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau proses pembukaan rekening tabungan haji sangat mudah dan cepat, beliau diarahkan untuk mengisi formulir pendaftaran dengan persyaratan fotokopi KTP dan KK serta menyiapkan setoran awal sebesar Rp. 225.000 dan tidak menunggu waktu yang lama untuk membuat rekening. [49] Berdasarkan wawancara dengan ibu mulyanti selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau proses pembukaan rekening tabungan haji cukup mudah dan cepat serta nasabah tabungan haji akan di dampingi dalam proses pendaftaran haji ke sistem kemenag menurut beliau hal ini sangat membantu.[50] Selain itu berdasarkan wawancara dengan bapak darnaji selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau penyetoran tabungan yang diperbolehkan melalui marketing memudahkan nasabah. [51]

[48] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

[49] Wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 3 Maret 2023.

[50] Wawancara dengan Ibu Mulyanti selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023.

[51] Wawancara dengan Bapak Darnaji selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 2 Maret 2023.

Hal ini sejalan dengan teori yang telah dipaparkan bahwa proses adalah seluruh aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam menyampaikan produk maupun jasanya kepada masyarakat. Dengan proses yang baik akan menentukan keberhasilan pemasaran produk bank. Untuk dapat menentukan proses yang baik, ada indikator yang harus diperhatikan dari proses yaitu pelayanan, kemudahan transaksi, kecepatan transaksi, dan ketelitian.[52]

Bank Aman Syariah Sekampung memberikan proses yang mudah, dan cepat dalam pembukaan rekening tabungan haji dengan menyertakan persyaratan KTP dan KK selanjutnya nasabah diarahkan untuk mengisi formulir, selain itu dalam transaksi untuk penyetoran tabungan haji dapat dilakukan ke karyawan marketing tidak harus datang secara langsung ke bank, dan menurut nasabah tabungan haji proses yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung mudah dan cepat ini sangat membantu. Pelayanan yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung juga menggunakan etika yang baik agar nasabah nyaman melakukan transaksi di Bank Aman Syariah Sekampung. Pada proses produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung memberikan kemudahan dengan mendampingi nasabahnya serta membantu dalam proses pendaftaran ibadah haji, serta pihak bank teliti dalam setiap aktivitas transaksi yang dilakukan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan.

[52] Sudarto dan Rumita, “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KPC Surabaya Selatan)", 3.

7. Bukti Fisik *(Physical Evidence)*

Bukti fisik merupakan sejumlah sarana dan prasarana yang dimiliki suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya sehingga produk maupun jasa yang ditawarkan dapat diterima secara efektif dan efisien oleh konsumen.[53] Bukti fisik suatu produk menunjukkan bagaimana kualitas dari suatu produk selain itu adanya bukti fisik untuk memberikan nilai tambah dan mendukung pelayanan yang diberikan. Untuk bukti fisik pada produk tabungan haji berupa buku tabungan dan apabila jumlah tabungan telah mencapai 25 juta nasabah bisa mendapatkan porsi haji, namun untuk nasabah tabungan haji 5 tahun terakhir belum ada yang melaksanakan ibadah haji karena tabungannya yang belum mencukupi untuk mendapatkan porsi haji hal ini dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan haji karena belum ada bukti nasabah yang melaksanakan ibadah haji menggunakan tabungan haji yang ada di Bank Aman Syariah Sekampung. [54]

Dalam hal ini bukti fisik yang diberikan Bank Aman Syariah Sekampung dengan menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Bank Aman Syariah Sekampung mendesain kantor senyaman mungkin dilengkapi dengan fasilitas yang mendukung pelayanan sehingga kenyamanan bagi nasabah dapat tercapai seperti ruang tunggu yang dilengkapi Ac, lokasi parkir yang luas, cctv dan security. Selain itu pelayanan yang ramah dari karyawan hal

[53] *Ibid.*

[54] Wawancara dengan Bapak Adi selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

ini menjadi nilai tambah bagi masyarakat untuk menggunakan produk di Bank Aman Syariah Sekampung.

Selain itu Bank Aman Syariah Sekampung menjamin legalitas bagi nasabah yang menyimpan dananya dengan dilengkapi dengan dasar hukum yang resmi antara lain, sebagai berikut:[55]

a) Surat Otoritas Jasa Keuangan Nomor:S-2/PB.1/2014 tentang Pemberian Izin Prinsip Pendirian PT.BPRS Aman Syariah pada tanggal 28 februari 2014.
b) Memiliki badan hukum PT berdasarkan Akta Pendirian PT. BPRS Aman Syariah Lampung Timur No.15 tanggal 11 februari 2014.
c) Pengesahan Badan Hukum dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham) Nomor:AHU-10.01982.Pendirian-PT.2014 tanggal 13 februari 2014.

Bukti fisik menjadi salah satu komponen penting yang harus diperhatikan oleh suatu bank, mengingat bukti fisik menjadi wajah utama suatu perbankan. Apabila bukti fisik yang diciptakan menarik dengan tampilan yang menyenangkan akan membuat nasabah tertarik dan memilih produk ataupun jasa yang diberikan oleh bank tersebut.

Sebagaimana wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji menurut beliau, sarana dan prasarana yang diberikan cukup baik parkir yang luas dan terdapat *security* untuk meminimalisir tindak

[55] Wawancara dengan Bapak Sugiyanto selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung, 28 Februari 2023.

kejahatan.[56] Selain itu berdasarkan wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji, menurut beliau sarana dan prasarana yang diberikan baik, beliau juga merasa aman melakukan transaksi di Bank Aman Syariah Sekampung karena adanya Lembaga Penjamin Simpanan, akan tetapi untuk ruang tunggu tidak terlalu luas sehingga apabila ramai tidak tersedianya kursi tunggu.[57]

Bukti fisik menjadi hal yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah karena mencerminkan kualitas layanan yang diberikan. Dalam menentukan bukti fisik, ada indikator yang harus diperhatikan yaitu lingkungan, tata letak dan fasilitas tambahan.[58] Pada strategi bukti fisik yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung terdapat indikator bukti fisik yang tidak sejalan dengan teori yang telah dijelaskan.

Pada Bank Aman Syariah Sekampung memiliki lingkungan yang aman dan nyaman untuk nasabah disertai dengan cctv, *security* agar melindungi kegiatan transaksi yang dilakukan nasabahnya untuk meminimalisir terjadinya tindak kejahatan, kondisi Bank Aman Syariah Sekampung di luar maupun di dalam ruangan yang terlihat bersih dan tampak rapi, untuk fasilitas tambahan berupa parkir yang luas serta dalam mengurus pendaftaran haji ke sistem Kemenag nasabah akan didampingi oleh pihak bank, Untuk tata letak Bank Aman Syariah Sekampung pada

[56] Wawancara dengan Ibu Sunarni selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung, 1 Maret 2023 .

[57] Wawancara dengan Ibu Isnaniyah selaku nasabah tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung 3 Maret 2023.

[58] Sudarto dan Rumita, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus PT. Pos Indonesia Kpc Surabaya Selatan)."

ruang tunggu yang tidak terlalu luas sehingga apabila ramai nasabah tidak mendapatkan kursi tunggu hal ini dapat membuat nasabah tidak nyaman. Untuk bukti fisik pada produk tabungan haji, pada Bank Aman Syariah Sekampung dari 5 tahun terakhir belum adanya nasabah yang berangkat ibadah haji hal ini membuat masyarakat belum percaya karena belum ada bukti nasabah yang menunaikan ibadah haji menggunakan produk Bank Aman Syariah Sekampung.

Berdasarkan strategi pemasaran 7p yang telah diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung terdapat strategi yang efektif dan kurang efektif dalam menarik minat nasabah pada produk tabungan haji. Strategi pemasaran yang efektif dalam menarik minat nasabah pada produk tabungan haji yaitu dari strategi produk (*product*), harga *(price),* tempat (*place*), orang *(people)* dan proses (*proces*) sedangkan strategi pemasaran yang kurang efektif yaitu strategi promosi (*promotion*) dan bukti fisik (*physical efidence*).

Strategi produk (*product*) yang membuat masyarakat tertarik terhadap produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung yaitu dari keunggulan dan kemudahan yang ditawarkan oleh pihak Bank Aman Syariah Sekampung seperti *pick up* dana dimana untuk nasabah tabungan haji dalam melakukan penyetoran tabungan haji dapat melalui marketing dan tidak diharuskan datang secara langsung ke Bank Aman Syariah Sekampung dengan setoran tabungan yang rendah, keuntungan yang ditawarkan dengan adanya bagi hasil, selain itu pada produk tabungan haji

nasabah akan didampingi oleh pihak bank dalam mengurus pendaftaran haji ke sistem Kemenag. Dengan keunggulan, kemudahan dan keuntungan yang ditawarkan produk tabungan haji dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji.

Strategi harga (*price*) yang membuat masyarakat tertarik, yaitu untuk setoran pembukaan rekening tabungan haji terbilang cukup terjangkau dengan Rp.225.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan haji, untuk setoran tabungan haji selanjutnya minimal Rp.10.000 jumlah ini dapat dikatakan tidak memberatkan nasabahnya karena dalam menetapkan harga Bank Aman Syariah Sekampung mempertimbangkan dari keadaan ekonomi masyarakat sekitar, selain itu penyetoran tabungan haji dapat dilakukan melalui marketing. Harga menjadi salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk tabungan haji karena harga menjadi nilai tambah bagi produk yang ditawarkan.

Strategi tempat (*place*) yang membuat masyarakat tertarik yaitu lokasi bank Aman Syariah Sekampung yang mudah untuk dijangkau oleh masyarakat karena berada di jalan utama sumber gede yang merupakan jalur lalu lintas yang ramai dilalui masyarakat, dan berada di pusat keramaian yaitu dekat dengan lingkungan pasar dan masyarakat hal ini memudahkan karyawan dalam memasarkan produk tabungan haji serta lokasi Bank Aman Syariah Sekampung yang aman didukung dengan *security* yang dimilikinya untuk menjaga kegiatan transaksi yang

dilakukan oleh nasabah untuk meminimalisir terjadinya kejahatan. Sehingga tidak menutup kemungkinan masyarakat akan lebih mudah tertarik untuk menjadi nasabah di Bank Aman Syariah Sekampung.

Strategi orang (*people)* yang membuat masyarakat tertarik yaitu dari pelayanan yang diberikan. Karyawan Bank Aman Syariah Sekampung memberikan pelayanan sebaik mungkin dan proses yang cepat kepada nasabah seperti saat melakukan pemasaran karyawan marketing menjelaskan secara sabar dan rinci terkait produk yang ada, saat melakukan pembukaan rekening tabungan haji, penyetoran tabungan haji. Dalam melayani nasabah dan menarik setoran tabungan haji selalu bersikap ramah, sopan dan sabar begitupula saat nasabah memiliki keluhan karyawan akan siap membantu dan nasabah Bank Aman Syariah Sekampung merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Aman Syariah Sekampung dengan tidak membeda-bedakan nasabah yang datang. Dan penampilan karyawan yang rapi serta karyawan yang sopan dalam memberikan pelayanan sehingga nasabah puas dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

Strategi proses *(proces)* yang membuat masyarakat tertarik yaitu Bank Aman Syariah Sekampung memberikan proses yang mudah, dan cepat dalam pembukaan rekening tabungan haji dengan menyertakan persyaratan yang dibutuhkan, selain itu dalam transaksi untuk penyetoran tabungan haji dapat dilakukan ke karyawan marketing tidak harus datang secara langsung ke bank, Pelayanan yang diberikan oleh Bank Aman

Syariah Sekampung juga menggunakan etika yang baik. Pada produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung memberikan kemudahan dengan mendampingi nasabahnya serta membantu dalam proses pendaftaran ibadah haji, serta pihak bank teliti dalam setiap aktivitas transaksi yang dilakukan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan.

Sedangkan strategi yang kurang efektif dalam menarik minat nasabah tabungan haji yaitu strategi promosi dan bukti fisik. Strategi promosi (*promotion*) pada Bank Aman Syariah Sekampung kurang efektif dikarenakan tidak adanya alat bantu media promosi yaitu brosur secara khusus tentang tabungan haji, karena selama ini untuk promosi tabungan haji brosurnya disatukan dengan produk-produk lainnya yang dimiliki Bank Aman Syariah Sekampung karena terkadang masyarakat kurang tertarik jika tidak ada brosur yang mendukung, selain itu untuk periklanan kurangnya promosi yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung melalui media sosial seperti instagram, facebook yang dimiliki kurang aktif dilakukan untuk produk tabungan haji. Padahal brosur dan promosi melalui media sosial merupakan salah satu cara yang dapat membantu untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas dan memudahkan masyarakat mendapatkan informasi mengenai suatu produk dengan begitu akan lebih banyak masyarakat tertarik.

Selanjutnya pada strategi bukti fisik, strategi ini kurang efektif dalam menarik minat nasabah yaitu pada bukti fisik produk tabungan haji dimana dari 5 tahun terakhir belum ada nasabah yang berangkat ibadah haji hal ini

membuat masyarakat kurang percaya karena belum ada bukti nasabah yang menunaikan ibadah haji menggunakan produk Bank Aman Syariah Sekampung mengingat bukti fisik menunjukkan bagaimana kualitas dari suatu produk dan dapat mempengaruhi minat dari masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh suatu bank tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Aman Syariah Sekampung dalam mengenalkan dan menarik minat nasabah terhadap produk tabungan haji menggunakan strategi pemasaran 7P. Dalam penerapannya terdapat beberapa strategi yang efektif dan kurang efektif dalam menarik minat nasabah pada produk tabungan haji. Strategi yang efektif yaitu strategi produk (*product*) harga (*price),* tempat (*place*), orang (*people*) dan proses (*proces*). Sedangkan strategi yang kurang efektif yaitu strategi promosi (*promotion*) dan strategi bukti fisik (*physical efidence*).

Pada strategi promosi belum optimalnya promosi yang dilakukan yaitu untuk media promosi belum tersedianya brosur mengenai tabungan haji serta kurang aktifnya promosi yang dilakukan melalui media sosial yang dimiliki seperti instagram dan facebook, padahal brosur dan promosi melalui media sosial dapat membantu untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas dengan begitu akan lebih banyak masyarakat tertarik. Untuk strategi bukti fisik kurang efektif karena dari 5 tahun terakhir belum adanya nasabah yang menunaikan ibadah haji menggunakan produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung hal ini membuat masyarakat kurang percaya pada tabungan haji mengingat bukti fisik menunjukkan bagaimana kualitas produk dan dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan, peneliti ingin memberikan saran kepada Bank Aman Syariah Sekampung yang diharapkan dapat bermanfaat untuk ke arah yang lebih baik, yaitu:

1. Lebih meningkatkan strategi promosi yang dilakukan dengan menyediakan brosur khusus tabungan haji agar dapat membantu kegiatan promosi untuk mengenalkan dan menarik minat masyarakat serta dapat memanfaatkan media sosial yang dimiliki seperti instagram dan facebook dan aktif dalam mempromosikan produk tabungan haji ke masyarakat luas.
2. Menawarkan fasilitas yang lebih menarik agar masyarakat tertarik untuk melakukan pembukaan tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif, M. Nur Arianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Alimin, erina, eddy. *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di era Bisnis dan Modern)*. Mataram: Seval Literindo Kreasi, 2022.

Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.

Azizah, Nur, Joko Hadi Purnomo, dan Niswatin Nurul Hidayati. "Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor cabang Pembantu Bojonegoro." *Jurnal Studi Islam* 16, no.1 (2020)

Fathoni, Abdurahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Ikatan Bankir Indonesia. *Strategi Sukses Bisnis Bank*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Indah Oktaviani, Kismiati. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Mabrur di Bank Syariah Indonesia KCP Sarolangun 1." UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021.

Irmawati, dan Syahrul Amsari. "Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pemasaran Produk Tabungan Haji (Studi Kasus pada Bank Sumut Syariah Medan)." *Jurnal el-Rayyan* 1, no. 1 (2022).

Laksana, Arief Dharma. "Peran Marketing dalam Meningkatkan Tabungan Haji." IAIN Metro, 2019.

Mubarok, Arif, dan Iva Faizah. "Biaya Pengeyelenggaraan Ibadah Haji dan Prakteknya di Bank Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Manajemen Haji dan Umroh* 2, no. 1 (2022).

Narbuko, Cholid, dan H. Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2018 tentang Pelaksaan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 tentang Pengelolaan Keuangan Haji pasal 12 ayat 1, 3 dan 4.

Priyanti, Yeyen. "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka" *Jimpa* 1, no. 2 (2021).

Punju, Apri Kaita, dan Vindya Donna Adindarena. "Strategi Bauran Pemasaran Kerajinan Tenun Ikat di Kelurahan Mauliru Kecamatan Kambera Kabupaten Sumba Timur." *Transformatif* 11, no. 1 (2022)

Selang, Christian A.D. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado." *Jurnal emba* 1, no.3 (2013).

Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

Suhri, Muhammad. "Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat di Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar." *Al-Bayyan* 1, no. 1(2021).

Sukayat, Tata. *Manajemen Haji, Umrah, dan Wisata Agama*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016

Surveyandini, Mayla. *Strategi Pemasaran Ampuh*. Makassar: Nas Media Pustaka, 2022.

Ulpah, Mariya. "Strategi Pemasaran Sales Funding Bank BNI Syariah Cabang Tangerang Dalam Menambah Jumlah Nasabah." *Madani Syariah* 4, no.1 (2021).

Yusnita, Rita Tri, dan Dina Pebrianti. "Analisis Volume Penjualan Berdasarkan Bauran Pemasaran Pada Home Industry Kerajinan Tas Mandiri Olshop Rajapolah." *Jurnal Ekonomi Perjuangan* 2, no. 1 (2021).

LAMPIRAN-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.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0287/In.28.1/J/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT *BIMBINGAN SKRIPSI***

Kepada Yth.,
Ananto Triwibowo, M.E (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-
Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama	:	**VENI ALVIA NITA**
NPM	:	1903021069
Semester	:	8 (Delapan)
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah
Judul	:	STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
   a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
   b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 14 Februari 2023
Ketua Jurusan,

Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG

A. Wawancara

1. Wawancara Direktur Bank Aman Syariah Sekampung

a. Bagaimana awal terciptanya produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung?

b. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan Bank Aman Syariah Sekampung?

c. Strategi pemasaran apa yang paling efektif dalam menarik minat nasabah tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung?

d. Apa keuntungan yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung kepada nasabah tabungan haji nya?

e. Apakah ada kendala dalam memasarkan produk tabungan haji kepada masyarakat ?

f. Strategi produk *(Product)*

   1) Sejak kapan produk tabungan haji diadakan?

   2) Apa yang menjadi keunggulan produk tabungan haji pada Bank Aman Syariah Sekampung jika dibandingkan dengan lembaga lain?

g. Strategi harga *(Price)*

   1) Berapakah harga yang ditetapkan untuk produk tabungan haji sampai nasabah mendapatkan porsi haji?

   2) Dalam penetapan harga pada produk tabungan haji apakah Bank Aman Syariah Sekampung mempertimbangkan dari harga yang ditetapkan lembaga lain?

h. Strategi tempat *(Place)*

   1) Lokasi mana saja yang dijadikan tempat memasarkan produk?

i. Strategi promosi *(Promotion)*

   1) Apa saja kegiatan promosi yang dilakukan pada produk tabungan haji?

   2) Media apa saja yang digunakan dalam melakukan promosi produk tabungan haji?

   3) Bagaimana periklanan yang dilakukan pada produk tabungan haji?

j. Strategi orang *(People)*

1) Bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap nasabah tabungan haji ketika melakukan penyetoran tabungan?
2) Pelatihan apa yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung khususnya kepada karyawan marketing?

k. Strategi proses *(Proces)*

1) Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah tabungan haji?
2) Bagaimana metode pembayaran pada produk tabungan haji?
3) Apa saja syarat-syarat untuk membuka rekening tabungan haji?

l. Strategi bukti fisik *(Physical efidence)*

1) Apa saja fasilitas yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung ?

2. Wawancara Marketing Bank Aman Syariah Sekampung

a. Strategi pemasaran apa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan haji?
b. Apakah ada kendala yang ditemui dalam memasarkan produk tabungan haji kepada masyarakat ?
c. Strategi pemasaran apa yang paling efektif dalam upaya menarik minat nasabah Bank Aman Syariah Sekampung?
d. Strategi produk *(Product)*

1) Apa yang menjadi keunggulan produk tabungan haji pada Bank Aman Syariah Sekampung jika dibandingkan dengan lembaga lain?

e. Strategi harga *(Price)*

1) Berapakah harga yang ditetapkan Bank Aman Syariah Sekampung untuk produk tabungan haji sampai nasabah mendapatkan porsi haji?
2) Apakah ada ketentuan jumlah setoran awal dalam produk tabungan haji?

f. Strategi tempat *(Place)*

1) Dimana pemasaran tabungan haji dilakukan?

g. Strategi promosi *(Promotion)*

1) Bagaimana promosi yang dilakukan sehingga nasabah tertarik pada produk tabungan haji?
2) Media apa saja yang digunakan dalam melakukan promosi produk tabungan haji?

h. Strategi orang *(People)*

1) Bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan terhadap nasabah tabungan haji ketika melakukan penyetoran tabungan?

i. Strategi proses *(Proces)*

1) Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah tabungan haji?
2) Bagaimana metode pembayaran pada produk tabungan haji?
3) Apakah pelayanan yang diberikan cepat kepada nasabah tabungan haji?

j. Strategi bukti fisik *(Physial efidence)*

1) Apa saja fasilitas yang diberikan oleh Bank Aman Syariah Sekampung?

3. Wawancara Nasabah Tabungan Haji Bank Aman Syariah Sekampung

a. Menurut anda apa yang menjadi keunggulan produk tabungan haji Bank Aman Syariah Sekampung dibandingkan tabungan haji dari bank lain ?

b. Apa alasan anda memilih menjadi nasabah tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung?

c. Bagaimana anda mendapat informasi mengenai produk tabungan haji di Bank Aman Syariah Sekampung?

d. Bagaimana pelayanan Bank Aman Syariah Sekampung terhadap produk tabungan haji?

B. Dokumentasi

1. Sejarah Bank Aman Syariah Sekampung
2. Visi dan Misi Bank Aman Syariah Sekampung
3. Struktur organisasi Bank Aman Syariah Sekampung
4. Produk Bank Aman Syariah Sekampung

Metro, Februari 2023

Pembimbing

Mahasiswa Ybs

Ananto Triwibowo, M.E
NIP. 199311272020121010

Veni Alvia Nita
NPM. 1903021069

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0377/In.28/D.1/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
PIMPINAN BANK AMAN SYARIAH
SEKAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0378/In.28/D.1/TL.01/02/2023, tanggal 21 Februari 2023 atas nama saudara:

Nama	: **VENI ALVIA NITA**
NPM	: 1903021069
Semester	: 8 (Delapan)
Jurusan	: S1 Perbankan Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 21 Februari 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001

Lampung Timur, 23 Februari 2023
No. : 008-3/SDI.U-BAS/2023
Lampiran : -

Kepada Yth.
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo
Kota Metro

Perihal : **Pemberian Izin Research**

Ref : Surat Nomor B-0377/In.28/D.1/TL.00/02/2023 tanggal 21 Februari 2023 perihal Izin Research

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semoga kita senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT. *Aamiin yaa Robbal'alamin.*

Menunjuk referensi tersebut diatas, dengan ini kami beritahukan bahwa kami menyetujui permohonan Izin Research di Kantor Pusat BPRS Aman Syariah dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, atas nama Saudara:

Nama	:	Veni Alvia Nita
NPM	:	1903021069
Jurusan/Prodi	:	S1 Perbankan Syari'ah
Judul	:	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Aman Syariah Sekampung

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Kantor Pusat

Dian Puspitasari
Kabag SDI & Umum

PT. BPRS AMAN SYARIAH
Jl. Raya Sumbergede, Sekampung, Lampung Timur 34382
Telp./Fax.: 0725-5100000/ 7851425
e-mail: bprs_amansyariah@yahoo.co.id
www.bankamansyariah.co.id

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-0378/In.28/D.1/TL.01/02/2023

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**VENI ALVIA NITA**
NPM	:	1903021069
Semester	:	8 (Delapan)
Jurusan	:	S1 Perbankan Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 21 Februari 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat

DIAN PUSPITASARI

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

Mufliha Wijayati M.S.I.
NIP 19790207 200604 2 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-147/In.28/S/U.1/OT.01/03/2023

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

Nama	: VENI ALVIA NITA
NPM	: 1903021069
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903021069

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 29 Maret 2023
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Veni Alvia Nita
NPM : 1903021069
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI BANK AMAN SYARIAH SEKAMPUNG** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 13%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 April 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah

Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VII/2022**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	kamis/24/11 2022.	Latar belakang masalah. mencari data nasabah dan strategi Bank Aman Syari'ah.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VII/2022**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin/28/11/2022.	Perbaikan teori. Tujuan. Pertanyaan penelitian. Ikuti pedoman.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507,
Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VII/2022**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Jumat 23/12/22.	perbaiki LBM dan pemuran Masalah..	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita**
NPM : **1903021069**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**
Fakultas/Jurusan : **FEBI / PBS**
Semester/TA : **VII/2022**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin 26/12/22.	Acc sempro	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.idWebsite :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	**: Veni Alvia Nita**	**Fakultas/Jurusan**	**: FEBI / PBS**
NPM	**: 1903021069**	**Semester/TA**	**: VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin, 20-02-2023	ACC APP tentukan waktu wawancara	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VIII /2023**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 21 - 02 - 2023	. Perbaikan Revisi proposal skripsi	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VIII /2023**
Dosen Pembimbing : **Ananto Triwibowo, M.E**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis, 09-03-2023	BAB IV - Perbaiki Hasil Analisa - Perbaiki susunan strategi - Perhatikan paragrap - lengkapi sumber referensi	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa PBS,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.idWebsite :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	**: Veni Alvia Nita**	**Fakultas/Jurusan**	**: FEBI / PBS**
NPM	**: 1903021069**	**Semester/TA**	**: VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
①	Selasa 21-03-2023	Teknik penentuan sampel - purposive - Insidental perbaikan APO - pertanyaan harus mewakili per masing-masing indikator.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.idWebsite :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
①	Selasa 28-03-2023	- Pada BAB IV gambarkan tentang profil TAJIMABRUR secara lebih luas. - Hasil analisa belum matang sesuaikan dg indikator - indikator di teori - Munculkan kelebihan dan kelemahan strategi yang ada.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.idWebsite :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
①	30/03/2023	Perbaikin Abstrak, motto, dan kesimpulan.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.id Website :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **Veni Alvia Nita** **Fakultas/Jurusan** : **FEBI / PBS**
NPM : **1903021069** **Semester/TA** : **VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Kamis 30-03-2023	BAB IV Analisa belum memenuhi kekurangan dari TP yang ada.	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296, Email : febi.iain@metrouniv.ac.idWebsite :www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	**: Veni Alvia Nita**	**Fakultas/Jurusan**	**: FEBI / PBS**
NPM	**: 1903021069**	**Semester/TA**	**: VIII /2023**

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Selasa 4-4-2023	ACC Sidang Munaqasah	

Dosen Pembimbing,

Ananto Triwibowo, M.E
NIP.19931127 202012 1 010

Mahasiswa Ybs,

Veni Alvia Nita
NPM.1903021069

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bapak Sugianto Selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Bapak Adi Selaku Marketing Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Bapak Sugianto Selaku Direktur Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Bapak Darnaji Selaku Nasabah Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancmara dengan Ibu Isnaniyah Selaku Nasabah Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Ibu Mulyanti Selaku Nasabah Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Ibu Sunarni Selaku Nasabah Bank Aman Syariah Sekampung

Wawancara dengan Ibu Aisyah Selaku Nasabah Bank Aman Syariah Sekampung

Dokumentasi Facebook Bank Aman Syariah Sekampung

Dokumentasi Instagram Bank Aman Syariah Sekampung

Dokumentasi Website Bank Aman Syariah Sekampung

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Veni Alvia Nita lahir di Sabuk Indah Lampung Utara pada tanggal 29 Agustus 2001, merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Hairul Efendi dan Ibu Nurbaiti. Peneliti tinggal di Desa Sabuk Indah Kecamatan Abung Kunang Kabupaten Lampung Utara.

Peneliti mengawali pendidikan formalnya di SD Negeri Sabuk Indah selesai pada tahun 2013, lalu dilanjutkan pada pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 9 Kotabumi selesai pada tahun 2016 dan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 3 Kotabumi selesai pada tahun 2019. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dimulai pada semester 1 Tahun Ajaran 2019/2020.