

**SKRIPSI**

**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO  
MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN**

**Oleh:**

**LALA AFRILIA  
NPM. 1903021043**



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

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

**STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO  
MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN**

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

Oleh :

LALA AFRILIA  
NPM. 1903021043

Dosen Pembimbing : M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I

Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

## NOTA DINAS

Nomor :-  
Lampira : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : **Permohonan Sidang Munaqosyah**

Kepada Yth,  
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 skripsi yang telah disusun oleh :

Nama : Lala Afrilia  
NPM : 1903021043  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN  
MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI  
BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG  
JATIMULYO LAMPUNG SELATAN

Sudah saya setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Metro, 06 Juni 2023  
Dosen Pembimbing



M. Hanaf Zuardi, S.H.I., M.S.I  
NIP.19800718200811012

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT  
NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO  
MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG  
SELATAN

Nama : LALA AFRILIA

NPM : 1903021043

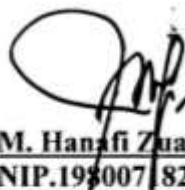
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

## DISETUJUI

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

Metro, 06 Juni 2023  
Dosen Pembimbing



M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I  
NIP.19800718200811012



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

JalanKi.HajarDewantaraKampus15Alringmulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website:www.metrouniv.ac.id E-mail:iaimetro@metrouniv.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: B-2557 /m.28.9/D/PP.00.9/07/2023

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN, disusun oleh: LALA AFRILIA, NPM: 1903021043, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu, 21 Juni 2023.

**TIM PENGUJI:**

Ketua/Moderator : Muhammad Hanafi Zuardi M.S.I

Penguji I : Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Penguji II : Enny Puji Lestari, M.E.Sy

Sekretaris : Alfiansyah Imanda Putra, S.Kom., M.Kom

(.....)  
(.....)  
(.....)  
(.....)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN**

**Oleh:**

**LALA AFRILIA  
NPM. 1903021043**

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan kegiatan menginformasikan produk baik barang maupun jasa kepada masyarakat sehingga masyarakat sadar dan tertarik untuk membelinya. Dalam penelitian yang telah dilakukan ini diketahui bahwa strategi promosi yang dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan menggunakan tiga strategi yang telah diterapkan yaitu menggunakan strategi periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja strategi promosi yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam upaya meningkatkan minat nasabah produk tabungan haji. Apa saja kendala pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam melakukan promosi produk tabungan haji. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Sesuai dengan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang memfokuskan pada penelitian lapangan (*Field Research*). Dalam mengambil sampel wawancara menggunakan sampling Purposive. Serta peneliti menguji keabsahan data dengan Triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam upaya meningkatkan minat nasabah produk tabungan haji adalah dengan menggunakan strategi periklanan (*Advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan penjualan pribadi (*personal selling*). Kendala pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam promosi produk tabungan haji adalah terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan meningkatnya kompetitor (pesaing).

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Produk Tabungan Haji*

## ORISINILITAS PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah ini :

Nama : Lala Afrilia  
Npm : 1903021043  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

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

Metro, 06 Juni 2023  
Yang Menyatakan



**Lala Afrilia**  
NPM. 1903021043

## MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا... ﴿٢٨٦﴾

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."  
(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 286)<sup>1</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu." (QS. An-Nisa' 4: Ayat 29)<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Al-Qur'an Indonesia <https://quran-id.com>

<sup>2</sup> Ibid



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan setulus hati saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala kemudahan yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa ada dan mendampingi saya melewati hari-hari penuh perjuangan selama ini, terkhusus untuk :

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapak Sujianto dan Ibu Sri Yanti yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan berupa moril maupun materil, dan do'a setiap waktu. Semoga Allah SWT panjangkan umurmu, dimudahkan rezekinya dan diberikan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Kepada adikku tersayang Muhammad Zakaria yang tak pernah berhenti memberikan motivasi dan semangat selama ini.
3. Kepada pembimbing skripsi Bapak M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I terima kasih telah menjadi dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, kritik, dan masukan yang membangun sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman-temanku tercinta, kelas A S1-Perbankan Syariah terima kasih sudah mau berjuang bersama.
5. Kepada seluruh karyawan BPRS Metro Madani KC Jatimulyo yang telah membimbing dan memberikan data untuk penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Almamaterku tercinta IAIN Metro.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan Pertolongan-Nya kepada umat-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu bagian persyaratan untuk menyelesaikan program Strata satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Metro Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, Peneliti telah banyak menerima bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag. PIA Selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., MH. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan serta motivasi agar skripsi ini dapat terselesaikan sebaik mungkin.
5. Bapak dan Ibu Dosen / Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu maupun sarana atau prasarana selama peneliti menempuh pendidikan di IAIN Metro.

6. Kedua Orang tua dan Adikku yang selalu memberikan do'a serta dukungannya selama ini.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap kritik dan saran yang bersifat membangun agar dalam penulisan Skripsi ini dapat lebih baik lagi. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun para pembacanya.

Metro, Juni 2023



**Lala Afrilia**  
**NPM. 1903021043**

## DAFTAR ISI

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

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Penelitian Relevan.....	7
E. Alur Pikir Penelitian .....	10

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kajian Teori .....	13
1. Pengertian Strategi Promosi .....	13
2. Tujuan Strategi Promosi .....	15
3. Bauran Promosi .....	15
a. Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	16
b. Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	16

c. Personal Selling ( <i>Penjualan Pribadi</i> ) .....	16
d. Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	17
e. Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relations</i> ) .....	17
B. Minat Nasabah .....	17
1. Pengertian Minat Nasabah .....	17
2. Proses Terbentuknya Minat.....	20
3. Hubungan Promosi Dengan Minat .....	22
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	23
C. Produk Tabungan Haji .....	24
D. Kendala BPRS.....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	28
B. Sumber Data.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
D. Teknis Analisis Data .....	32
E. Teknik Keabsahan Data .....	33

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

A. Profil BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan .....	36
1. Sejarah berdirinya BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan .....	36
2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.....	37
3. Produk-Produk BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.....	37
B. Strategi Promosi Produk Tabungan Haji Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan .....	40

C. Analisis Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.....	48
D. Kendala Strategi Promosi Produk Tabungan Haji .....	52

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	55
B. Saran.....	55

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Haji BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan .....	4
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Berfikir .....	11
------------	-------------------------	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Blangko Bimbingan
3. Outline
4. Alat Pengumpulan Data
5. Surat Izin Prasurey
6. Surat Balasan Izin Pra Survey
7. Surat Izin Resrarch
8. Surat Balasan Izin Research
9. Surat Tugas
10. Surat Bebas Pustaka
11. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
12. Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga keuangan dalam perekonomian berkembang sangat pesat, apalagi di era modern dan serba digital ini. Lembaga keuangan selalu menjadi term yang sangat aktual diseminarkan di berbagai forum dan diskusi, baik berskala nasional maupun internasional. Ini juga menjadi bukti bahwa kemajuan suatu negara dapat dilihat dari kemajuan ekonomi dan bisnis keuangannya, dunia industri keuangan menjadi bisnis yang paling diminati diberbagai negara maju dan berkembang. Perbankan bisa dikatakan adalah urat nadi perekonomian suatu negara<sup>3</sup>.

Sebagai lembaga keuangan perbankan perlu mengenalkan produk-produknya kepada masyarakat luas, agar masyarakat mampu mengetahui, memahami dan tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu dengan menggunakan manajemen pemasaran dengan fokus menggunakan strategi promosi yang baik maka disitulah proses pengenalan produk-produk yang ada di bank kepada masyarakat luas.<sup>4</sup>

Dalam mengatasi persaingan yang ketat antara lembaga keuangan satu dengan yang lainnya, lembaga keuangan seperti perbankan harus mempunyai strategi promosi yang unggul dalam memasarkan produknya. Strategi promosi adalah suatu bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk

---

<sup>3</sup> Nurhadi, "Pembiayaan dan Kredit Di Lembaga Keuangan," (*Jurnal Tabbaru: Islamic Banking and Finance, Vol.1, No.2, 2018*). 14

<sup>4</sup> Kasmir, "Pemasaran Bank," (Jakarta:Kencana,2018).155

memasarkan produk maupun jasa yang ada pada perusahaan atau lembaga keuangan. Strategi promosi berfungsi sebagai alat untuk mempengaruhi masyarakat untuk melakukan pembelian atau penggunaan jasa<sup>5</sup>.

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan produk baik barang dan jasa kepada masyarakat, sehingga masyarakat sadar dan tertarik untuk membelinya. Dengan adanya promosi perusahaan mengharapkan kenaikan angka penjualannya dan berusaha untuk memenangkan persaingan di bidang usahanya, berbagai upaya dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut salah satunya melalui kegiatan promosi, kegiatan promosi dilakukan dengan menerapkan beberapa indikator dari bauran promosi seperti periklanan (Advertising), promosi penjualan (sales promotion), Penjualan pribadi (Personal selling), Pemasaran langsung (Direct Marketing) dan Hubungan masyarakat (Public Relations). Sehingga dari kegiatan promosi yang dilakukan dengan bauran promosi tersebut diharapkan dapat memikat serta menimbulkan minat konsumen terhadap suatu produk.<sup>6</sup> Tujuan utama dari promosi yaitu mengenalkan suatu produk yang ditawarkan, maka setelah mengenal produk tersebut konsumen akan mendapat suatu informasi dari produk tersebut. Serta mampu menimbulkan ketertarikan yang diperoleh dari promosi yang dilakukan, sehingga dapat menumbuhkan minat konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk.

Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang

---

<sup>5</sup> Ibid.15

<sup>6</sup> Yeni Arfah," *Keputusan Pembelian Produk*," (PT Inovasi Pratama Internasional,2017).11

untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan orang itu tertarik kepada sesuatu sehingga teransang untuk mencari informasi terhadap barang atau jasa pada lembaga keuangan.<sup>7</sup>

Lembaga keuangan dibagi menjadi dua kelompok, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah salah satu lembaga keuangan yang ada di Indonesia. Lembaga keuangan seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tersebut mendukung laju pertumbuhan perekonomian dalam bidang penghimpunan dana dari masyarakat.<sup>8</sup>

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan contohnya, merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memiliki produk penghimpunan dana yang bervariasi contohnya adalah tabungan. Produk tabungan tersebut berupa tabungan pendidikan, tabungan qur'ban, tabungan haji, tabungan *walimah* dan deposito investasi *mudharabah*. Produk tabungan tersebut terdapat dua macam akad, yaitu tabungan dengan akad *wadi'ah yad ahamanah* (titipan) dan tabungan dengan akad *mudharabah* (bagi hasil) yaitu berupa tabungan pendidikan, tabungan qur'ban, tabungan haji, tabungan *walimah* dan deposito investasi *mudharabah*.<sup>9</sup> Dari banyak tabungan tersebut, yang akan dibahas oleh peneliti difokuskan pada produk tabungan haji.

---

<sup>7</sup> Muhammad Ryan Fahlevi, S.E, M.M, dkk., "Pengaruh Minat Masyarakat Terhadap Produk Deposito," (*Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, Vol.05, No.01, Juni 2022). 23

<sup>8</sup> Muhammad Ryan Fahlevi, S.E, M.M, dkk., "Pengaruh Minat Masyarakat Terhadap Produk Deposito," (*Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*, Vol.05, No.01, Juni 2022). 20

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Iwan Yulianto, Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan. Pada tanggal 20 Januari 2023.

Produk tabungan haji yang ditawarkan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo adalah tabungan yang menggunakan akad *Mudharabah*. Produk tabungan dengan akad *mudharabah* ini adalah dana yang disimpan nasabah untuk dikelola bank dengan harapan memperoleh keuntungan yang besarnya telah disepakati di awal berupa nisbah bagi hasil.<sup>10</sup> Produk tabungan haji ini membantu masyarakat yang berencana untuk menunaikan ibadah haji ketanah suci secara terencana sesuai dengan kemampuan keuangan dan jangka waktu yang dikehendaki.<sup>11</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Iwan Yulianto selaku Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Peneliti mendapatkan data jumlah nasabah produk tabungan haji pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan selama 3 tahun terakhir :

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selan pada Tahun 2020-2022**

No	Nama Produk	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	Tabungan Haji	2020	7
2.	Tabungan Haji	2021	9
3.	Tabungan Haji	2022	5

Sumber: Dokumentasi BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan

---

<sup>10</sup> Abdul Ghofur Anshori, " *Perbankan Syariah Di Indonesia*," (Gadjah Mada Univerity Press,2018).69

<sup>11</sup> Ibid.72

Dilihat dari tabel diatas jumlah nasabah produk tabungan haji pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dari tahun 2020 ke tahun 2022 mengalami perkembangan tetapi juga mengalami penurunan pada tahun 2022 yang disebabkan adanya kendala dalam memasarkan produk tabungan haji. Kendala dalam memasarkan produk tabungan haji tersebut adalah terbatasnya sumber daya manusia (SDM). Pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan hanya memiliki 3 orang marketing dan semuanya adalah marketing lending bukan funding. Padahal untuk produk tabungan seperti produk tabungan haji pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan membutuhkan adanya marketing funding yang berfokus pada promosi produk tabungan. Akibat dari terbatasnya jumlah sumber daya manusia (SDM) salah satu strategi yang diterapkan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan jarang dilakukan yaitu pada penerapan strategi *door to door* yang mengakibatkan penurunan jumlah nasabah produk tabungan haji.<sup>12</sup>

Dalam upaya meningkatkan minat dan jumlah nasabah produk tabungan haji, BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan tentunya memiliki strategi promosi untuk memasarkan atau menawarkan produk tabungan haji pada masyarakat agar berminat menggunakan produk tabungan haji. Lantas bagaimana Strategi promosi yang diterapkan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam memasarkan produk tabungan haji dalam upaya meningkatkan minat

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Iwan Yulianto, *Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan*. Pada tanggal 20 Januari 2023

masyarakat menggunakan produk tabungan haji. Apa kendala pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam melakukan promosi produk tabungan haji tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan bank dalam upaya meningkatkan minat nasabah tabungan haji. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul “ Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan dalam upaya meningkatkan minat nasabah produk tabungan haji?
2. Apa kendala pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam melakukan promosi produk tabungan haji ?

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

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus yang telah dipaparkan dalam rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi promosi yang dilakukan dalam upaya meningkatkan minat nasabah tabungan haji ?
2. Untuk mengetahui kendala pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan Dalam melakukan promosi tabungan haji.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian diartikan sebagai kegunaan dari hasil penelitian, baik bagi pengembangan program maupun kepentingan ilmu pengetahuan.

Adapun aspek manfaat penelitian antara lain:

### **a. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang perbankan syariah yang berkaitan dengan Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan bagi penulis maupun para pembacanya

### **b. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah manfaat bagi praktisi perbankan syariah khususnya tentang Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

## **D. Penelitian Relevan**

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan



menjelaskan secara tegas tentang masalah yang akan dibahas, yang belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian yang dilakukan *Esy Rizki Mulyani* ,Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, dengan judul “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Bima Sakti Mutiara ,” tahun 2021. Dapat disimpulkan penelitian terdahulu dilakukan untuk mengetahui di antara kualitas produk, harga, dan promosi manakah yang memberikan peningkatan penjualan pada PT Bima Sakti Mutiara. Perbedaan penelitian yang telah dilakukan Esy Rizki Mulyani dengan penelitian ini terletak pada pembahasan, fenomena yang terjadi, strategi atau metode yang digunakan dan jenis penelitian, karena pada penelitian Esy Rizki Mulyani menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Sedangkan pada penelitian ini metode pengumpulan datanya menggunakan data hasil wawancara dan dokumentasi.<sup>13</sup>
2. Penelitian yang dilakukan *Yogi Tansri Saputra* ,Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, dengan judul “ Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Gadai Di BPRS Metro Madani Kota Metro” tahun 2021. Dapat disimpulkan penelitian terdahulu lebih melihat fenomena yang terjadi sehingga menggunakan strategi atau metode bauran pemasaran (*marketing mix*)

---

<sup>13</sup> Esy Rizki Mulyani, ” *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Bima Sakti Mutiara*, ” Skripsi (Mataram, Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021)

yakni dengan menggunakan prinsip 4P yaitu *Place* (tempat), *Product* (produk), *Price* (harga), dan *Promotion* (promosi). Perbedaan penelitian yang telah dilakukan Yogi Tansri Saputra dengan penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dan perbedaan terletak pada pembahasan, fenomena yang terjadi dan strategi yang digunakan. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang strategi promosi dan sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*).<sup>14</sup>

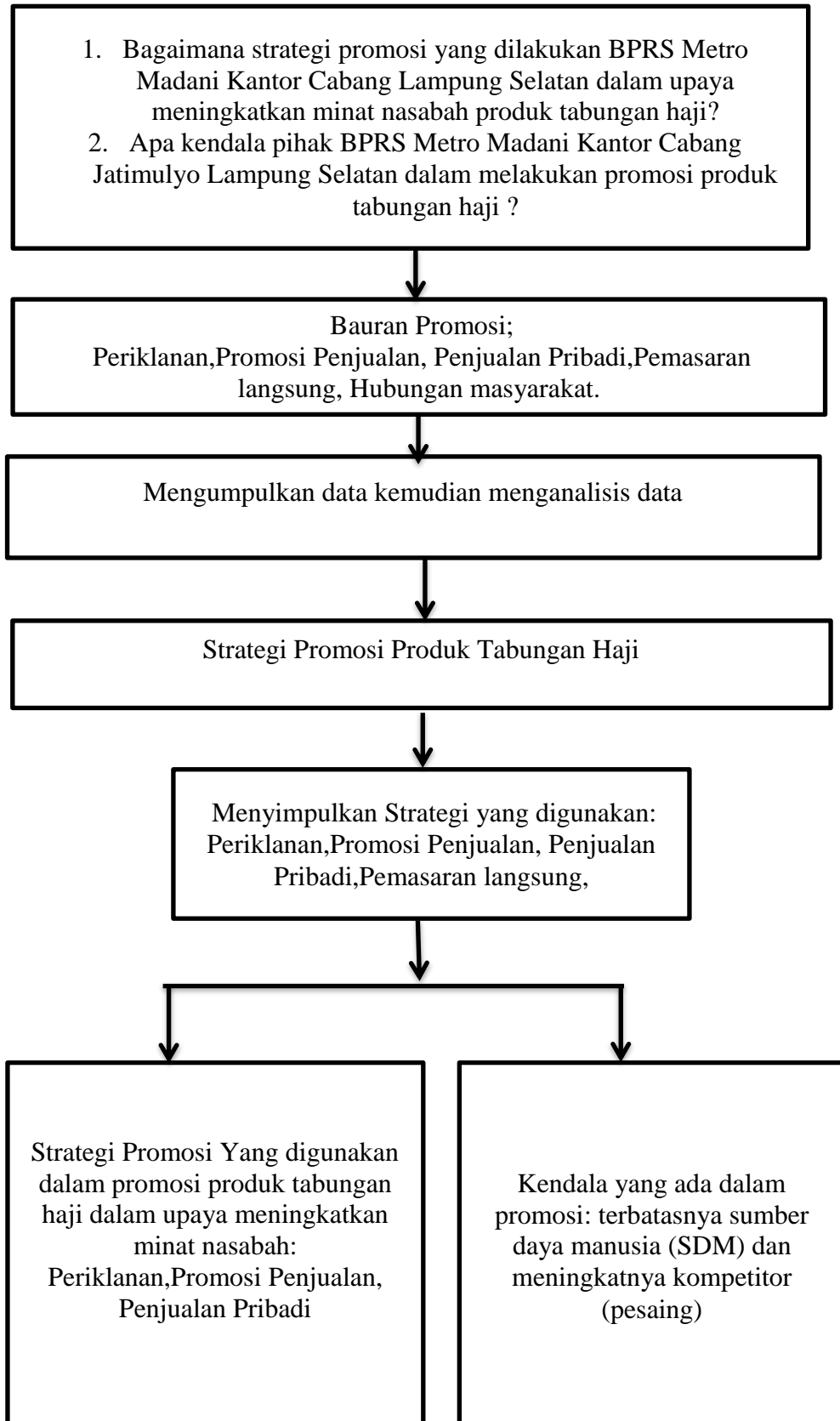
3. Penelitian yang dilakukan *Wahyuni H*, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar, dengan judul, “Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa,” tahun 2019. Dapat disimpulkan penelitian terdahulu menggunakan metode matriks SWOT yang memadukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari strategi perusahaan. Perbedaan penelitian yang telah dilakukan *Wahyuni H* dengan penelitian ini terletak pada subyek, objek yang diteliti dan perbedaan terletak pada pembahasan, fenomena yang terjadi dan strategi yang digunakan. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*).<sup>15</sup>

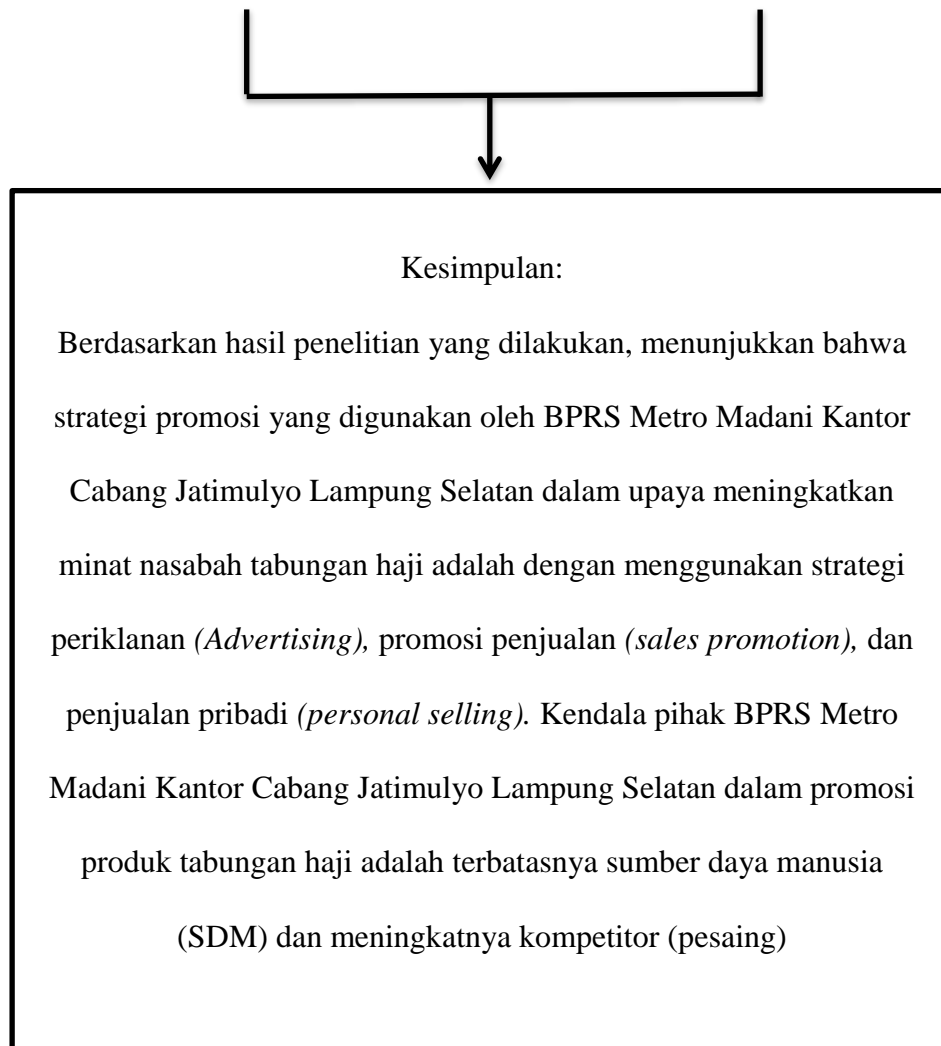
---

<sup>14</sup> Yogi Tansri Saputra, “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Gadai Di BPRS Metro Madani Kota Metro.*” Skripsi (Metro: IAIN Metro, 2021)

<sup>15</sup> *Wahyuni H*, “*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa.*” Skripsi (Makasar: Univesitas Makasar, 2019)

### E. Alur Pikir Penelitian





**Gambar 1.1 Kerangka Berfikir**

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas, menyatakan bahwa dalam sebuah rancangan penelitian adanya sebuah alur pikir penelitian. Sebagaimana alur penelitian dirancang sebelum proses penelitian berlangsung, hal ini didasarkan atas permasalahan yang ingin diteliti. Dalam alur penelitian ada beberapa hal yang dilakukan peneliti terhadap penelitiannya yaitu:

Pertama, pemikiran peneliti tentang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang mempunyai produk tabungan haji .Kedua, peneliti memfokuskan rumusalan masalah penelitian.Ketiga, dalam strategi promosi produk tabungan haji pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan menggunakan strategi bauran promosi. Ketiga, peneliti membuat fokus penelitiannya yaitu tentang Strategi bauran promosi apa yang digunakan. Keempat, peneliti mengumpulkan data kemudian menganalisis strategi apa yang digunakan. Dan Selanjutnya membuat kesimpulan dari data yang di analisis.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Pengertian Strategi Promosi

Strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>1</sup> Secara umum strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai. Menurut Peach dan Robinson mengemukakan pengertian strategi adalah suatu rencana dari suatu perusahaan, yang mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai kapan, dimana serta bagaimana harus bersaing dalam menghadapi lawan dengan maksud dan tujuan tertentu.<sup>2</sup>

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menginformasikan produk baik barang dan jasa kepada masyarakat, sehingga masyarakat sadar dan tertarik untuk membelinya. Rambat Lupiyoadi mendefinisikan promosi

---

<sup>1</sup> Ika Lestari, S.Pd, dan Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M. ,”*Lingkungan Dunia Usaha Indonesia*,” (Tegal: Khoirunnisa, 2019). 47

<sup>2</sup> Dr. Apri Winge Adindo, ” *Kewirausahaan dan Studi Kelayakan Bisnis untuk Memulai dan Mengelola Bisnis*,” (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021). 39

adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan definisi diatas promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada tujuan untuk menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi perusahaan mengharapkan kenaikan angka penjualannya dan berusaha untuk memenangkan persaingan di bidang usahanya, berbagai upaya dapat dilakukan untuk mewujudkan tujuan tersebut, salah satunya melalui kegiatan promosi.<sup>3</sup>

Kotler dan Gary Armstrong mengemukakan bahwa strategi promosi (promosi mix) atau yang disebut sebagai strategi komunikasi pemasaran (marketing communication mix) adalah panduan spesifik antara iklan, promosi penjualan, *Personal Selling*, Pemasaran Langsung dan Hubungan Masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif yang digunakan perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam target pemasaran.<sup>4</sup> Agar produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan laku dipasaran, maka bank harus memberitahukan kepada masyarakat melalui kegiatan promosi. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengetahui kehadiran produk bank tersebut berikut manfaat, harga, dimana dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan produk pesaing. Tanpa adanya promosi jangan

---

<sup>3</sup> Yenny Arfah, SE., M.AK ,” Keputusan Pembelian Produk,” (PT. Inovasi Pratama Internasional,2017) . 11

<sup>4</sup> Julianus Hutabarat, ” *Pengantar Teknik Industri*,” (Malang: MNC Publishing,2017). 116

diharap masyarakat dapat mengenal produk yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Promosi bertujuan untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan serta untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Dengan adanya promosi ini diharapkan dapat menarik minat nasabah, sehingga nantinya dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah nasabah.<sup>5</sup>

## **2. Tujuan Strategi Promosi**

Tujuan strategi promosi bervariasi antara organisasi, beberapa promosi penggunaannya untuk memperluas pasar. Sebagian sumber mengidentifikasi tujuan promosi yaitu: Menginformasikan Produk atau jasa yang ditawarkan, menciptakan kesadaran terhadap produk, meningkatkan ketertarikan terhadap produk, membedakan produk, meningkatkan penjualan, menstabilkan penjualan, mengalihkan perhatian harga dan meningkatkan nilai produk.<sup>6</sup>

## **3. Bauran Promosi**

Menurut Kotler dan Armstrong, bauran promosi atau disebut juga dengan marketing communication mix adalah suatu perpaduan dari alat-alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan

---

<sup>5</sup> Kasmir, S.E., M.M. . "Pemasaran Bank," (Jakarta: Kencana, 2018). 51

<sup>6</sup> Ricky Hermanto, " *Strategi Pemasaran UMKM*," ( Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2023). 53



dengan konsumen. Menurut Kotler dan Keller di jelaskan bahwa indikator bauran promosi memiliki 5 unsur, yaitu:<sup>7</sup>

**a. Periklanan (Advertising)**

Periklanan yaitu suatu pesan persuasive yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat melalui media massa untuk menginformasikan, membujuk, dan juga mengingatkan masyarakat mengenai produk yang dijual oleh perusahaan.<sup>8</sup> Promosi menggunakan iklan bisa dilakukan dengan cara sebar brosur, pemberian kalender, pemasangan banner, dan promosi lewat akun sosial media.

**b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)**

Promosi penjualan adalah usaha untuk menawarkan produk maupun jasa kepada calon konsumen. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan minat nasabah dan dari promosi penjualan ini diharapkan bisa memberikan daya tarik agar membeli produk yang ditawarkan.

**c. Penjualan Pribadi (Personal Selling)**

Penjualan Pribadi (Personal Selling) didefinisikan sebagai bentuk interaksi antar individu saling tatap muka dengan tujuan untuk menciptakan, memperbaiki, dan mempertahankan hubungan

---

<sup>7</sup> Galu Khotimatul Khusna, Farah Oktafani." Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dun'kin Donuts Bandung." (*Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 11, No.1. April, 2018*).

<sup>8</sup> Kasmir, S.E., M.M. . "Pemasaran Bank," (Jakarta: Kencana, 2018). 51

pertukaran yang saling menguntungkan.<sup>9</sup> Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank.

#### **d. Pemasaran Langsung (Direct Marketing)**

Pemasaran Langsung (Direct Marketing) adalah salah satu metode penjualan yang menggunakan media pemasaran langsung tanpa adanya pihak yang menjadi perantara dalam kegiatan transaksi jual-beli suatu produk atau jasa yang ditawarkan.<sup>10</sup>

#### **e. Hubungan Masyarakat (Public Relations)**

Hubungan Masyarakat (Public Relations) merupakan komunikasi strategis yang dilakukan perusahaan untuk membangun hubungan baik dan saling menguntungkan dengan public. Hubungan masyarakat memainkan citra penting dalam membangun citra perusahaan.<sup>11</sup>

## **B. Minat Nasabah**

### **1. Pengertian Minat**

Minat adalah gejala psikologis yang menunjukkan pemusatan pada suatu objek tertentu disebabkan ada perasaan senang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Minat merupakan perhatian, kesukaan, kesenangan, kecocokan hati (ketertarikan) kepada sesuatu atau keinginan

---

<sup>9</sup> Kasmir, " *Pemasaran Bank*, " (Jakarta: Kencana,2018).51

<sup>10</sup> Sabda Dian Nurani Siahian,dkk," *Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik*, " (Medan: Merdeka Kreasi Group,2022).188

<sup>11</sup> Agnita Yolanda, " *Peranan Hubungan Masyarakat*, " ( Medan: Universitas Meadan arena, 2021).4

pada sesuatu. Minat akan muncul jika seseorang itu memiliki bentuk pilihan atau pandangan terhadap suatu hal atau objek yang dapat dijangkau dengan indera maupun yang terlahir dari pikiran-pikiran individual.<sup>12</sup>

Secara bahasa Minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller adalah konsumen teransang untuk mencari informasi mengenai inovasi terhadap barang dan jasa. Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Pengaruh kondisi-kondisi individual dapat merubah minat seseorang, sehingga dapat dikatakan minat sidatnya tidak stabil.<sup>13</sup>

Minat dapat diartikan dengan mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa yang secara langsung terlibat secara dengan rasa senang atau tidak senang menghadapi suatu objek. Minat pada dasarnya merupakan perasaan suka pada dalam diri seseorang terhadap suatu objek, untuk menarik minat seseorang maka sebuah perusahaan harus menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan orang tersebut.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Mislah Hayati Nasution, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking," (*Jurnal Nisbah, Vol.1, No.1, 2015*). 64

<sup>13</sup> Muhammad Ryan Fahlevi, S.E, M.M, dkk., "Pengaruh Minat Masyarakat Terhadap Produk Deposito," (*Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah, Vol.05, No.01, Juni 2022*).22

<sup>14</sup> Ibid.23

Berdasarkan beberapa teori diatas maka dapat ditarik kesimpulan oleh peneliti bahwa minat adalah suatu keinginan terhadap objek dan rasa ingin memiliki objek tersebut, kemudian keinginan tersebut didasari dari perasaan suka atau senang terhadap objek tersebut. Minat dapat dipengaruhi dari sesuatu yang dipelajari, artinya objek yang sebelumnya tidak diminati dapat berubah menjadi objek yang diminati bahkan sebaliknya dikarenakan adanya masukan-masukan dan pola pikiran baru.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan unit usaha syariah.<sup>15</sup>

Dalam pengertian lain nasabah adalah pelanggan (Customer) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, yang meliputi kegiatan pembelian, penyewaan, maupun layanan jasa. Sedangkan nasabah menurut pasal 1 ayat (7) UU. No 10 Tahun 1998 “ Adalah pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan bagian dana penting dalam kegiatan operasional bank dalam menjalankan usahanya.<sup>16</sup>

Minat nasabah adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk atau mengambil sebuah tindakan yang berhubungan dengan

---

<sup>15</sup> Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

<sup>16</sup> Mislah Hayati Nasuitin Sutisna ,” Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking, ” (*Jurnal Nisbah, Vol.1, No.1, 2015*). 65

pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan nasabah melakukan pembelian.<sup>17</sup>

Dari berbagai pengertian diatas mengenai pengertian minat dan nasabah maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa minat nasabah merupakan kecenderungan nasabah terhadap sesuatu atau rasa yang muncul dalam diri seseorang yang berhubungan langsung dengan lembaga keuangan bank yang menimbulkan seseorang tersebut mau menggunakan jasa atau produk pembiayaan maupun produk pendanaan yang terdapat dalam sebuah lembaga perbankan.

## **2. Proses Terbentuknya Minat Nasabah**

Terdapat tiga proses terbentuknya minat atau yang mendasari munculnya minat antara lain :<sup>18</sup>

- a. Faktor dorongan dari dalam, yaitu merupakan dorongan dari diri seseorang yang mampu menimbulkan minat terhadap sesuatu atau tindakan tertentu yang dapat memenuhi kebutuhannya.
- b. Faktor motivasi sosial, faktor ini merupakan sebuah tindakan agar dapat diterima oleh lingkungan sosial seseorang.
- c. Perasaan emosi, merupakan perasaan yang ditimbulkan oleh seseorang terhadap suatu objek yang ada dalam lingkungannya.

---

<sup>17</sup> Roni Andespa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah." (*Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol.2, No.1, 2017). 44

<sup>18</sup> Doni Juni Priansa, "Perilaku Konsumen," (Bandung: Alfabeta, 2017).164

Terdapat proses yang mendasari munculnya minat konsumen jasa antara lain yaitu:<sup>19</sup>

a. *Attention* atau perhatian

Sebelum konsumen menggunakan produk maupun jasa, maka langkah awal yang dilakukan yaitu mencari informasi mengenai produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b. *Interest* atau Tertarik

Setelah konsumen mulai memiliki ketertarikan terhadap suatu produk maupun jasa, maka calon konsumen mulai mempertimbangkan dan diikuti oleh keinginan untuk mendapatkan produk maupun jasa yang ditawarkan. Sehingga dalam tahap ini sudah mulai terlihat minat dari calon konsumen untuk memperoleh produk dan jasa yang ditawarkan.

c. *Action* atau Tindakan

Proses yang terakhir yaitu pembelian atau penggunaan pada produk maupun jasa, karena calon konsumen sudah memiliki suatu keyakinan yang tinggi untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut.

Proses terbentuknya suatu minat juga berlaku didalam dunia perbankan syariah. Sehingga sebelum nasabah melakukan sebuah pilihannya, maka yang pertama yang dilakukan nasabah yaitu proses pencarian atau pengenalan bank mana yang akan dipilih untuk

---

<sup>19</sup> Ibid. 165

melakukan suatu transaksi. Setelah itu nasabah akan mencari beberapa informasi mengenai perbankan tersebut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Sehingga dari informasi yang telah didapatkan maka selanjutnya nasabah akan mempertimbangkan bank yang akan dipilih, sehingga akan menghasilkan sebuah tindakan serta keputusan yang akan dilakukan nasabah dalam memilih bank untuk melakukan sebuah transaksi.<sup>20</sup>

### **C. Hubungan Promosi Dengan Minat**

Promosi merupakan suatu kesuksesan penjualan pada perbankan syariah. Sehingga tujuan dari adanya promosi yaitu supaya masyarakat atau konsumen tertarik, sehingga dengan ketertarikan tersebut maka akan menimbulkan minat pada masyarakat dalam menggunakan produk yang ada di dalam perbankan syariah.<sup>21</sup>

Dengan adanya promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan mampu menarik minat beli masyarakat dan itu juga bisa dipengaruhi dengan adanya gaya hidup masyarakat. Tujuan dari adanya promosi sangat beraneka mendapatkan dorongan minat serta membangkitkan suatu keinginan dan mampu menghasilkan sebuah tindakan. Minat beli dipengaruhi oleh sikap konsumen (masyarakat) atas suatu produk dan keyakinan serta minat di awal untuk melakukan sebuah pembelian. Dalam hal ini promosi yang dilakukan

---

<sup>20</sup> Nopi Anggi Sapitri, " *Analisis Faktor Perilaku Konsumen Dalam Memilih Perbankan*," 2019.7

<sup>21</sup> Nilam Sari, " *Manajemen Marketing*," Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Persepektif Islam," (*Media Syariah Vol/1 No.4, 20012*).207

harus sesuai dengan keinginan para konsumen. Minat beli konsumen yaitu sikap, minat dan tindakan yang dilakukan konsumen dalam proses pengambilan keputusan dan merencanakan pembelian terhadap jumlah merk. Minat konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik produk, pemilihan terhadap manfaat dari suatu produk dan harga yang telah ditentukan.<sup>22</sup>

#### **D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat**

Minat sangat dipengaruhi oleh faktor yang berkenaan dengan perasaan emosional, jika calon konsumen (nasabah) merasa puas terhadap suatu produk maupun jasa, maka hal tersebut dapat meningkatkan minat dalam melakukan sebuah pembelian atau mendapatkan suatu produk yang diinginkan konsumen (nasabah).<sup>23</sup>

Minat pada konsumen (nasabah) dan perilaku konsumen terhadap perbankan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

- a. Faktor Demografi, faktor ini berhubungan dengan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan konsumen.
- b. Faktor Ekonomi, faktor ekonomi ini berhubungan dengan pekerjaan seseorang dan tingkat penghasilan.
- c. Agama, agama adalah suatu hal yang sudah melekat pada diri seseorang. Agama merupakan dorongan dalam kehidupan seseorang untuk melakukan interaksi dengan tuhan dan sesama manusia. Ketika tingkat keimanan baik, maka motif ekonomi termasuk dalam melakukan kegiatan

---

<sup>22</sup> Anggi Yoebrilanti, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderator," (*Jurnal Manajemen* 8, No 1, 2018).25

<sup>23</sup> Priansa, "Perilaku Konsumen," (Bandung: Alfabeta,2017).168



transaksi pada perbankan akan lebih memperhatikan sisi manfaat atau masalah yang akan diperoleh.

- d. Motivasi, motivasi merupakan sebuah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong keinginan untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi tersebut timbul akibat adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh seseorang. Dengan adanya kebutuhan yang harus dipenuhi tersebut, maka konsumen akan melakukan suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhannya.
- e. Faktor Perbankan, terdapat dua faktor pada perbankan yaitu pelayanan dan promosi. Pelayanan merupakan suatu tindakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar konsumen tersebut merasa puas dengan tindakan yang diberikan. Sedangkan promosi, merupakan faktor pendukung pada keberhasilan perbankan. Yaitu bertujuan untuk mengenalkan produk dan membuat masyarakat tertarik sehingga menimbulkan minat untuk melakukan pembelian pada perbankan syariah.

#### **E. Produk Tabungan Haji**

Produk tabungan haji adalah jenis simpanan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang ingin mengumpulkan dana untuk melaksanakan ibadah haji ke Tanah Suci. Produk tabungan haji ini berfungsi sebagai sarana menyimpan uang yang juga membantu nasabah dalam hal administrasi pendaftaran haji. Produk tabungan haji ini dimaksudkan untuk membantu nasabah ketika mempersiapkan Ongkos Naik Haji atau pendaftaran haji. Akad yang

digunakan dalam produk tabungan haji ini adalah mudharabah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya untuk menghimpun dana masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji, dengan memberikan beberapa bentuk pelayanan yang sesuai dengan syariah baik dalam akad maupun dalam bentuk operasional lainnya.<sup>24</sup>

Produk tabungan haji merupakan suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan haji untuk menunaikan ibadah haji.<sup>25</sup>

Persyaratan menggunakan produk tabungan haji sangatlah mudah yaitu dengan membuka rekening tabungan haji dengan beberapa persyaratan yaitu:

1. Mengisi permohonan pembukaan rekening yang disediakan di BPRS Metro Madani.
2. Membawa kartu identitas seperti Fotocopy KTP yang masih berlaku.
3. Melakukan setoran awal minimal Rp.100.000 untuk membuat rekening tabungan haji, saat rekening sudah aktif maka selanjutnya tidak ada setoran minimal setiap bulannya.
4. Setelah itu, mulailah menabung hingga mencapai syarat pengambilan tabungan haji, saldo tabungan harus mencapai Rp25.000.000 saat ingin diambil.

---

<sup>24</sup> Nuryadi Akbar, "Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji dalam Mudharabah," (*Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol.3, No.1, 2009). 78

<sup>25</sup> Ahmad Gozali, " *Mengenal dan Memilih Produk Investasi Syariah*," (Jakarta:PT Elex Media Komputindo, 2004). 45

## **F. Kendala BPRS**

Menurut para ahli, kendala BPRS yang pertama yaitu menurut Sudarsono dalam prakteknya BPRS mengalami berbagai kendala, kendala tersebut diantaranya adalah kiprah BPRS yang kurang dikenal masyarakat sebagai BPR yang berperinsipkan syariah, sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki BPRS terbatas. Sedangkan Menurut Susilo kendala BPRS dalam melakukan promosi yaitu:<sup>26</sup>

### 1. Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Di Indonesia ini bahkan di tingkat global dirasakan masih masih langka banker yang telah mengikuti berbagai kursus dan pelatihan dalam prakteknya masih merasakan keterbatasan pengetahuan tentang model penghimpunan dana, pembiayaan dan jasa dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). BPRS menuju abad mendatang di era globalisasi harus memiliki sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai daya saing andal. BPRS memerlukan SDM yang memiliki kemampuan dua sisi meliputi keterampilan pengelolaan operasional dan pengetahuan syariah termasuk akhlak dan moral dengan integritas yang tinggi.

### 2. Meningkatnya Kompetitor (Pesaing)

Menurut David pesaing (Kompetitor) adalah perusahaan yang menawarkan produk dan jasa sejenis di pasar yang sama. Persaingan

---

<sup>26</sup> Riesanda Najmi Sasmita, " *Analisis Kendala dan Solusi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia*. (Skripsi, Departemen Bisnis dan Manajemen Islam STEI Takzia). 49

dilakukan untuk merebut hati para konsumen. Para pelaku usaha berusaha menawarkan produk dan jasa yang menarik, baik dari segi harga, kualitas dan pelayanan pada calon konsumen, jika suatu persaingan antara pelaku usaha sudah terjadi maka mereka akan berupaya menjadi pemenang dengan saling mengungguli dalam mendapatkan konsumen. Dengan meningkatnya pesaing maka akan menghambat pertumbuhan produk dari suatu perusahaan atau lembaga.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah *Field-Research* atau yang sering disebut penelitian lapangan. Field Research atau penelitian lapangan dapat dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.<sup>1</sup> Pada penelitian ini lokasi penelitian yang digunakan berada di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo yang berada di Lampung Selatan.

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

Dilihat dari sifatnya, jenis penelitian ini memiliki sifat deskriptif kualitatif dan cenderung menggunakan analisis. Karna dalam penelitian ini proses dan makna lebih ditonjolkan dengan teori yang didapatkan yang kemudian dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.<sup>2</sup> Penelitian kualitatif memperoleh data utama dari wawancara, pengamatan, observasi dan penggalian dokumen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Lexy J. Moleong, " *Metode penelitian kualitatif*," ( Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014). 26

<sup>2</sup> Dr. Muhammad Ramdhan, S.Pd., M.M., " *Metode Penelitian*," (Surabaya: Citra Media Nusantara, 2021). 6

<sup>3</sup> Ibid. 7

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena data yang didapatkan langsung dari sumbernya.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dengan katakata atau lisan dari orang-orang yang diamati untuk memperoleh informasi atau kesimpulan dari Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

## **B. Sumber Data**

Sumber data yang dimaksud didalam penelitian ini adalah subjek darimana data tersebut dapat diperoleh serta memiliki kejelasan tentang bagaimana data tersebut didapatkan. Berdasarkan sumbernya, data penelitian dibagi menjadi dua jenis yaitu:

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

Sumber data primer didapatkan atau diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru karena memiliki sifat *up to date*. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu wawancara, observasi, serta diskusi terfokus.<sup>4</sup>

Pada penelitian ini sumber data primer digunakan untuk memperoleh informasi tentang Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di BPRS

---

<sup>4</sup>Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes & M. Ali Sodik, M.A., " *Dasar Metodologi Penelitian,*" (Sleman: Literasi Media Publishing, 2015). 68

Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Adapun yang menjadi sumber data primer disini adalah Bapak Iwan Yulianto selaku Kepala Cabang di BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo, Bapak Edy Darmaji selaku Marketing BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo.

Pemilihan anggota sumber data primer pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive sampling . Purposive sampling adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Walaupun demikian, dalam perumusan kriteria nya , subjektivitas dan pengalaman peneliti sangat berperan. Penentuan ini dimungkinkan karena peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampel penelitian. Sumber data primer sangat dibutuhkan karena akan menjadi sumber informasi yang bersumber dari seseorang yang berkaitan langsung dengan lembaga keuangan atau bank yang diteliti.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (Peneliti sebagai tangan kedua).<sup>5</sup> Sumber data sekunder diharapkan dapat membantu mengungkap data yang diharapkan memberi keterangan atau data pelengkap sebagai data pembanding.

---

<sup>5</sup> Ibid. 68

Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi buku- buku, jurnal, artikel serta internet yang berkaitan dengan Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani.

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan satu langkah awal yang harus ditempuh seorang peneliti dalam melaksanakan penelitian. Pada hakikatnya penelitian adalah mengumpulkan data yang sesungguhnya secara objektif. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan:

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data atau topic tertentu.<sup>6</sup>

Wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara bebas yang dipimpin yakni metode interview yang dilakukan dengan membawa pedoman yang merupakan garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan.<sup>7</sup> Untuk memperoleh data strategi promosi dalam meningkatkan minat nasabah tabungan haji atau data sejauh mana minat masyarakat untuk menabung dengan tabungan haji Mengenai hal ini, peneliti mengajukan pertanyaan kepada bapak iwan yulianto Kepala Cabang dan

---

<sup>6</sup> Drs. Beni Ahmad Saebani, M.Si. & Kadar Nurjaman, S.E., M.M.,” *Manajemen Penelitian*,” (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) Cet.I . 85

<sup>7</sup> Ibid.89



bapak edy darmaji Marketing BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo Lampung Selatan.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Metode dokumentasi berarti metode yang digunakan untuk menelusuri data historis dan mencatat data-data yang sudah ada, seperti profil BPRS, dan foto-foto penelitian.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dokumentasi digunakan sebagai bentuk bukti penelusuran secara langsung dan catatancatatan data yang sudah ada.

## D. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.<sup>9</sup>

Menurut Miles Huberman dan Saldana analisis data kualitatif berfokus pada peristiwa atau fenomena yang terjadi di lingkungan aslinya. Ada beberapa tahapan analisis data kualitatif setelah tahapan pengumpulan data menurut Miles Huberman yaitu dengan cara:<sup>10</sup>

1. Memadatkan data, yaitu proses memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan meringkas data.

---

<sup>8</sup> Ibid. 86

<sup>9</sup> Drs. Beni Ahmad Saebani, M.Si. & Kadar Nurjaman, S.E., M.M., " *Manajemen Penelitian*," (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013) Cet.I. 106

<sup>10</sup> Samiaji Sarosa , " *Analisis Data Penelitian Kualitatif*," (Yogyakarta: PT Kanisius,2021). 2

2. Menampilkan data yang sudah ditampilkan tadi kedalam suatu bentuk untuk membantu penarikan kesimpulan.
3. Menarik dan verifikasi kesimpulan, yaitu proses untuk menyimpulkan hasil penelitian sekaligus memverifikasi bahwa kesimpulan tersebut didukung oleh data yang telah dikumpulkan dan dianalisis.

Dalam menganalisis data kualitatif, peneliti menggunakan pendekatan induktif. Pendekatan Induktif berarti kesimpulan muncul dari data untuk kemudian diverifikasi dengan teori yang ada.<sup>11</sup>

Berdasarkan penjabaran mengenai analisis diatas, maka dalam menganalisis data peneliti menggunakan data-data hasil wawancara kepada responden. Kemudian diuraikan satu persatu secara Khusus kemudian dari hasil uraian tersebut ditarik kesimpulan secara umum. Peneliti inilah yang akan menjawab permasalahan tentang bagaimana Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

#### **E. Teknik Keabsahan Data**

Untuk menjaga kualitas penelitian kualitatif (termasuk validitas dan reliabilitas) peneliti menggunakan teknik keabsahan data dengan Triangulasi. Triangulasi data adalah pengecekan data dengan cara pengecekan atau pemeriksaan ulang keabsahan data.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Ibid.3

<sup>12</sup> Helaluddin, Hengky Wijaya ,” *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik.*” (Cet. 1,2019) .22

Menurut Moleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu untuk keperluan atau pengecekan sebagai pembanding terhadap data itu sendiri.<sup>13</sup> Denzim membedakan empat macam triangulasi yaitu:<sup>14</sup>

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tersebut. Dengan demikian, triangulasi sumber berarti membandingkan (mengecek ulang) informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil wawancara kepala cabang bank dengan marketing bank.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode adalah usaha mengecek keabsahan data, atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Triangulasi metode menurut Bachri dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi ini menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau pengamatan.

4. Triangulasi Teoritik

Triangulasi Teoritik adalah memanfaatkan dua teori atau lebih untuk diadu dan dipadu.

---

<sup>13</sup> Dr. Bachtiar,S.H., M.H ,” *Mendesain Penelitian Hukum,*” (Yogyakarta: CV Budi Utama,2021). 117

<sup>14</sup> Muliadi Mokodompit, ” *Implementasi Kebijakan Pendidikan Karakter,*” (Malang: PT Literasi Nusantara Abadi Group, 2023).71

Teknik keabsahan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik Triangulasi Sumber, yaitu menggunakan lebih dari satu informan dan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Peneliti memperoleh data mengenai fokus penelitian dengan mewawancarai kepala cabang dan marketing. Cara yang dilakukan adalah dengan mengonfirmasi atau mewawancarai sumber atau pihak yang pertama kali memberikan data. Maka dengan cara itu akan menjawab keabsahan data tentang,” Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

##### **1. Sejarah berdirinya BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana diubah dengan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 dan terakhir Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi sejak tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan akta anggaran dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung No. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (HAM) No. C-16872 HT.01.01. TH. 2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin Usaha dari Bank Indonesia No. 7/54/KEP. GBI/2005 Tanggal 08 September 2005.

Saat ini BPRS Metro Madani memiliki 4 (empat) kantor cabang dan 1 (satu) kantor layanan kas. Cabang pertama di unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang kedua di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 November 2009, cabang ketiga di Daya Asri

Kecamatan Tumijajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak Juli 2012, cabang keempat di Jatimulyo Kabupaten Lampung Selatan sejak 26 Agustus 2013 dan Kantor Layanan Kas di RSUD Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012 tetapi telah ditutup sejak 17 Januari 2023.

## **2. Visi Dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Metro Madani**

### **Visi**

Mewujudkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan umum.

### **Misi**

1. Menjalankan usaha Perbankan Syariah sesuai dengan syariah islam yang sehat dan terpercaya.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan professional kepada nasabah, share holder, dan karyawan.

## **3. Produk-Produk BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

### **a. Produk Penghimpun Dana**

1. Simpanan dengan akad Wadiah (Titipan)

Tabungan Syariah Metro Madani

Merupakan simpanan yang diperuntukkan bagi perorangan maupun badan usaha yang dikelola dengan prinsip syariah dan dapat diambil sewaktu-waktu karena menggunakan akad wadiah titipan).

## 2. Simpanan dengan akad Mudharabah

Merupakan simpanan dengan akad *mudharabah al muthalaqah* yang penarikannya disesuaikan dengan kebutuhan. Bagi hasil komptitif diperhitungkan setiap akhir bulan dan langsung ditambahkan pada saldo tabungan sesuai dengan nisabah yang disepakati. Jenis tabungan ini yaitu:

1. tabungan qurban
2. *walimah*
3. tabungan pendidikan
4. tabungan Haji
5. deposito investasi *mudharabah*.

Produk BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang akan dibahas disini adalah produk tabungan haji. Tujuan dari adanya produk tabungan haji adalah untuk membantu calon nasabah yang berniat melaksanakan ibadah haji ke tanah suci secara terencana sesuai dengan kemampuan keuangan dan jangka waktu yang dikendaki.

Dalam produk tabungan haji ini dikelola dengan akad mudharabah dengan nisbah bagi hasil yang disepakati. Kemudian dalam penarikan produk tabungan haji ini hanya diperbolehkan jika hendak mendaftar haji atau sebagai ongkos saat naik haji (ONH) setelah saldo tabungan mencapai Rp. 25.000.000 .<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Wawancara Kepala Cabang “*Iwan Yulianto*”, Pada Tanggal 3 Mei 2023

Persyaratan menggunakan produk tabungan haji sangatlah mudah yaitu:

1. Mengisi permohonan pembukaan rekening tabungan haji yang disediakan BPRS Metro Madani.
2. Membawa kartu identitas seperti Fotocopy KTP yang masih berlaku. .
3. Melakukan setoran awal minimal Rp.100.000 untuk membuat rekening tabungan haji, saat rekening sudah aktif maka selanjutnya tidak ada setoran minimal setiap bulannya.
4. Setelah itu, mulailah menabung hingga mencapai syarat pengambilan tabungan haji, saldo tabungan harus mencapai Rp25.000.000 saat ingin diambil .<sup>2</sup>

Produk Tabungan Haji adalah tabungan yang bertujuan untuk membantu calon nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji ke tanah suci. Produk tabungan Haji ini menggunakan akad mudharabah dengan nisbah bagi hasil yang disepakati antara pihak bank dan nasabah.

---

<sup>2</sup> Wawancara Marketing “ *Edi Darmadji*”, Pada Tanggal 3 Mei 2023



## **B. Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Adapun kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah *Advertising, Sales promotion, Personal selling, Direct Marketing, dan Public Relations*.

Seperti perusahaan lain pada umumnya BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan juga menerapkan strategi promosi dalam menjual produknya. Tujuannya adalah untuk menjangkau masyarakat agar berminat dan menjadi nasabah di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Oleh karena itu dibutuhkan langkah-langkah serta strategi agar tujuan tersebut dapat terpenuhi.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan adalah produk tabungan haji. Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai niat untuk melaksanakan ibadah haji. Produk ini menggunakan akad mudharabah yang sesuai dengan prinsip syari'ah, dimana nasabah menyetorkan sejumlah dana dengan jumlah yang tidak ditetapkan dalam jangka waktu tertentu. Dana yang terkumpul akan digunakan sebagai biaya pendaftaran ibadah haji. Salah satu produk yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

Lampung Selatan adalah produk tabungan haji. Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai niat untuk melaksanakan ibadah haji. Produk ini menggunakan akad mudharabah yang sesuai dengan prinsip syari'ah, dimana nasabah menyetorkan sejumlah dana dengan jumlah yang tidak ditetapkan dalam jangka waktu tertentu. Dana yang terkumpul akan digunakan sebagai biaya pendaftaran ibadah haji atau ongkos naik haji. Dalam upaya mempromosikan produk tabungan haji tersebut BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan tentunya memiliki strategi promosi yang telah diterapkan dalam promosi produk tabungan haji sebagai upaya meningkatkan minat dan jumlah nasabah produk tabungan haji.

Dalam penerapan strategi promosi pada produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan, menurut bapak iwan yulianto selaku kepala cabang tidak ada strategi secara khusus yang dilakukan. Namun biasanya setiap marketing melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan mendatangi tempat-tempat keramaian seperti pasar dan pengajian.

Selain itu pada pelaksanaannya marketing BPRS Metro Madani yang bertugas secara langsung bertatap muka kepada masyarakat untuk menawarkan produk-produk secara rinci dan jelas dalam menawarkan produk yang ada di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Semua produk harus ditawarkan dan dijelaskan secara rinci kepada calon nasabah sehingga calon nasabah tersebut akan menentukan untuk menggunakan produk mana yang akan mereka butuhkan.

Teradapat proses pada strategi promosi pada produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang dilakukan oleh karyawan dan marketing. Adapun strategi promosi yang digunakan BPRS Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yaitu:<sup>3</sup>

1. *Door to Door*

*Door to Door* adalah datang langsung ke rumah nasabah yang akan menjadi calon nasabah produk tabungan haji. *Door to Door* ini merupakan bentuk strategi penjualan pribadi atau *personal selling*. Menurut bapak iwan yulianto strategi *door to door* ini sudah lumayan sering dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan namun akhir-akhir ini sudah jarang dilakukan karena terbatasnya jumlah marketing. Terbatasnya jumlah marketing tersebut merupakan salah satu kendala dalam mempromosikan produk tabungan haji pada masyarakat.

2. Melalui forum Pengajian (Majelis Taklim)

Berdasarkan hasil wawancara, strategi promosi yang digunakan adalah datang ke majelis taklim atau pengajian, ini merupakan bentuk dari strategi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Promosi penjualan digunakan untuk menarik minat calon nasabah produk tabungan haji untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut bapak iwan yulianto strategi melalui forum majelis taklim ini paling sering digunakan oleh pihak BPRS Metro Madani

---

<sup>3</sup>Wawancara Iwan Yulianto, "Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Jatimulyo," pada 3 Mei 2023

Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Karena cakupannya lebih luas. Peningkatan minat nasabah setelah menggunakan strategi ini cukup baik karena kebanyakan nasabah produk tabungan haji berasal dari jamaah majelis taklim.

Adapun hasil wawancara kepada bapak Edi darmaji selaku marketing bank, peneliti mendapatkan informasi bahwa adapun strategi promosi yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yaitu:<sup>4</sup>

1. Forum majelis taklim

Strategi ini biasanya dilakukan dengan cara mengumpulkan jamaah pengajian, ibu-ibu pengajian ataupun bapak-bapak pengajian. Pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo akan mensosialisasikan produk tabungan haji, dan bekerja sama dengan ketua majelis taklim. Forum majelis taklim ini merupakan bentuk dari strategi penjualan. Tujuan dari promosi penjualan adalah untuk meningkatkan minat masyarakat dan meningkatkan penjualan. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik calon nasabah produk tabungan haji untuk menjadi nasabah tabungan haji.

2. Arisan keluarga

Di dalam keluarga biasanya ada arisan keluarga, dari tiap karyawan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan akan mempromosikan produk tabungan haji ini melalui arisan keluarga

---

<sup>4</sup> Wawancara Edi Darmaji *Marketing BPRS Metro Madani KC Jatimulyo*,” pada 3 Mei 2023

ini. Arisan keluarga ini termasuk ke dalam penjualan pribadi (personal selling). Penjualan pribadi atau disebut personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu yang ditunjukkan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Peningkatan nasabah setelah dilakukannya promosi pada acara arisan keluarga juga terjadi, kebanyakan mereka yang menggunakan produk tabungan haji adalah kerabat dari karyawan BPRS Metro Madani yang berminat dan mau menggunakan produk tabungan haji setelah dilakukannya pengenalan produk tabungan haji pada saat arisan keluarga. Tercatat selama tahun 2022 empat nasabah produk tabungan haji adalah kerabat bapak iwan yulianto selaku kepala cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan, dan satu orang diantaranya adalah kerabat dari Ika Marlia Sari Customer Service BPRS.

### 3. *Door to door*

Strategi promosi *Door to door* pernah dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dengan mendatangi rumah-rumah masyarakat dengan membawa brosur. Dari promosi *door to door* ini pihak marketing akan memaparkan semua informasi tentang produk tabungan haji, apa saja syarat-syaratnya dan apa saja prosedurnya. Menurut bapak edi darmaji strategi *door to door* ini sudah jarang sekali dilakukan karena terbatasnya jumlah marketing.

Meski sudah jarang sekali dilakukan strategi ini masih tetap digunakan. Akibat dari jaranganya *door to door* ini dilakukan mengakibatkan penurunan jumlah nasabah pada tahun 2022.

Maka dapat penulis simpulkan hasil wawancara dari kedua informan yaitu bapak iwan yulianto dan bapak edi darmaji bahwa berdasarkan dari wawancara tersebut, strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk tabungan haji sehingga masyarakat memiliki minat dan menggunakan produk tabungan haji yaitu melalui *door too door* yaitu bentuk dari strategi *personal selling*, melalui forum majelis taklim yaitu bentuk dari strategi promosi penjualan ,dan arisan keluarga.

Strategi promosi pada dasarnya ada lima macam, yaitu: Periklanan, Promosi penjualan, Penjualan pribadi, Pemasaran Langsung dan hubungan masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara pada bapak iwan yulianto selaku kepala cabang pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo. Peneliti mendapat informasi bahwa:<sup>5</sup>

#### **1. Periklanan (*Advertising*)**

BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam upaya menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon konsumen atau nasabah salah satunya adalah dengan sarana promosi berupa periklanan. Promosi periklanan yang dilakukan pihak BPRS Metro Madani menggunakan beberapa media promosi, seperti

---

<sup>5</sup> Iwan Yulianto,” Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo,” pada 3 Mei 2023.

pengenalan produk melalui brosur yang dibagikan atau ditawarkan pada masyarakat, selain itu menggunakan media elektronik seperti media sosial seperti instagram, facebook atau web resmi BPRS Metro Madani dalam mengenalkan produk-produknya. Karena pihak BPRS BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan menganggap bahwa apapun produknya dan sebaik apapun suatu produk tersebut, jika masyarakat tidak mengenalnya maka akan sulit. Sehingga berpengaruh pada penjualan suatu produk. Oleh karena itu alasan mengapa promosi periklanan menjadi bagian penting dari strategi promosi.

## **2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik minat nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan, yang semenarik mungkin. Pada strategi promosi penjualan ini BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo menggunakan strategi yaitu datang pada forum majelis taklim, yang diawalnya sudah melakukan perjanjian kepada ketua majelis taklim dan biasa dilakukan per team dengan mengajak langsung kepala cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo sehingga dapat lebih meyakinkan calon

nasabah. Dan ada juga datang ke sekolah-sekolah dengan sasaran yaitu guru yang ada di sekolah tersebut.

### **3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)**

Penjualan pribadi atau disebut juga personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antar individu yang sering bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Pada strategi penjualan pribadi ini BPRS Metro Madani menggunakan strategi ini pada sistem *door to door* yaitu langsung datang kerumah-rumah masyarakat dan pada acara arisan keluarga, pada acara arisan keluarga ini karyawan BPRS Metro Madani lah yang secara langsung mengenalkan produk tabungan haji pada anggota keluarganya.

Berdasarkan ketiga strategi yang telah dijelaskan diatas dan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan bapak iwan yulianto dan bapak edi darmaji pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan menggunakan tiga strategi dari bauran promosi yaitu menggunakan strategi Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), dan Penjualan pribadi (*personal selling*). Tiga strategi tersebut merupakan strategi promosi yang digunakan



BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam upaya meningkatkan minat nasabah produk tabungan haji.

### **C. Analisis Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Madani Di Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang pada dasarnya melakukan tiga kegiatan pokok yang meliputi menghimpun dana, pemberian pembiayaan, dan memberikan jasa keuangan lainnya. Persaingan yang tinggi pada perbankan saat ini ditandai dengan banyaknya produk-produk yang di sediakan oleh bank lain dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah.

Salah satu produk yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan adalah produk tabungan haji. Produk ini merupakan produk yang diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai niat untuk melaksanakan ibadah haji. Produk ini menggunakan akad mudharabah yang sesuai dengan prinsip syari'ah, dimana nasabah menyetorkan sejumlah dana dengan jumlah yang tidak ditetapkan dalam jangka waktu tertentu. Dana yang terkumpul akan digunakan sebagai biaya pendaftaran ibadah haji atau ongkos naik haji. Dalam upaya mempromosikan produk tabungan haji tersebut BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan tentunya memiliki strategi promosi yang telah diterapkan

dalam promosi produk tabungan haji sebagai upaya meningkatkan minat dan jumlah nasabah produk tabungan haji.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti kepada pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan bahwa BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan mengenalkan produk tabungan haji dengan menerapkan beberapa strategi diantaranya yaitu: Periklanan (*Advertising*), *Sales promotion*, *Personal selling*, *Direct Marketing*, dan *Public Relations*.

### **1. Periklanan**

Periklanan merupakan suatu bentuk penyampaian promosi dari suatu barang atau produk dengan menggunakan media iklan seperti brosur, banner, kalender, media sosial seperti Facebook, instagram, dan web BPRS Metro Madani.. Promosi pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan dilakukan dengan menggunakan beberapa media promosi, seperti pengenalan produk melalui media periklanan dengan alat promosi seperti brosur yang dibagikan dan ditawarkan kepada masyarakat, selain itu menggunakan media sosial seperti Instagram: *bprsmetromadani*, Facebook: *Bank Syariah Metro Madani*, Whatshap: *081366442005* dan website: <https://banksyariahmetromadani.co.id/> yang disediakan BPRS Metro Madani dalam mengenalkan tabungan haji kepada masyarakat. Strategi ini telah diterapkan dari awal adanya produk tabungan haji.

## **2. Promosi Penjualan**

Strategi promosi kedua yang digunakan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan dalam memikat serta mempertahankan nasabah lamanya yaitu dengan menggunakan strategi promosi sales promotion. Strategi sales promotion atau promosi penjualan ini dilakukan dengan cara promosi disertai sosialisasi produk. Sosialisasi dilakukan dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat secara kekeluargaan melalui sosialisasi dengan mendatangi forum majelis taklim (pengajian). Tujuan dari sosialisasi ini adalah agar dapat mempermudah dalam melakukan komunikasi dengan masyarakat sebagai target untuk menjadi nasabah di BPRS Metro Madani. Hasil dari penerapan strategi promosi ini cukup baik, karena kebanyakan nasabah berasal dari anggota majelis taklim yang telah dilakukan sosialisasi sebelumnya.

## **3. Penjualan Pribadi (Personal selling)**

Strategi promosi ketiga yaitu personal selling atau penjualan pribadi yang dilakukan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan yaitu dengan langsung menawarkan serta berinteraksi kepada masyarakat dengan strategi *door to door* yaitu datang secara langsung kerumah masyarakat tanpa adanya perjanjian terlebih dahulu. Dengan strategi *door to door* ini informasi yang disampaikan lebih mudah dimengerti dan di pahami tetapi *door to door* ini jarang dilakukan karena pihak BPRS kekurangan jumlah marketing akibatnya penurunan

nasabah terjadi pada tahun 2022. Kemudian pihak bank menerapkan strategi promosi personal selling ini pada karyawan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan terlebih dahulu untuk melakukan promosi kepada tetangga, anggota keluarga dan teman-teman terdekat dari karyawan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Lampung Selatan. Karyawan biasanya menerapkan strategi ini terlebih dahulu pada keluarga seperti pada acara arisan keluarga

Oleh karena itu, berdasarkan tiga strategi yang telah dijelaskan diatas dan berdasarkan hasil wawancara peneliti, pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan menggunakan tiga strategi dari bauran promosi yaitu menggunakan strategi Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), dan Penjualan pribadi (*personal selling*) dalam mempromosikan produk tabungan haji. Dari tiga strategi promosi yang telah diterapkan tersebut peningkatan jumlah nasabah produk tabungan haji bertambah karena adanya minat pada produk tabungan haji. Sesuai data yang didapatkan pada tabel 1.1 di latar belakang pada tahun 2020 terdapat 7 nasabah produk tabungan haji, kemudian pada tahun 2021 meningkat menjadi 9 nasabah, dan pada tahun 2022 turun menjadi 5 nasabah, penurunan tersebut disebabkan karna sudah jarang nya melakukan promosi dengan strategi *door to door* yang disebabkan karena terbatasnya marketing. Meskipun mengalami penurunan pada tahun 2022 dari tiga strategi tersebut merupakan strategi yang dilakukan pihak BPRS Metro Madani Kantor

Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam mempromosikan produk tabungan haji kepada masyarakat sehingga masyarakat berminat dan tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji. Dari tiga strategi promosi yang telah diterapkan tersebut, itu merupakan bukti bahwasanya upaya untuk meningkatkan minat dan jumlah nasabah produk tabungan haji BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan telah melakukan tiga strategi tersebut dengan baik, meskipun ada salah satu strategi yang jarang digunakan.

#### **D. Kendala Strategi Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan**

Menurut Susilo kendala Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dalam memasarkan produknya adalah terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan meningkatnya pesaing (kompetitor) menjadi faktor kendala dalam pengembangan BPRS.<sup>6</sup> Adapun kendala yang dihadapi BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam mempromosikan produk tabungan haji yaitu:<sup>7</sup>

##### **1. Terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM)**

---

<sup>6</sup> Riesanda Najmi Sasmita, " *Analisis Kendala dan Solusi Pengembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia*. (Skripsi, Departemen Bisnis dan Manajemen Islam STEI Takzia). 49

<sup>7</sup> Wawancara Iwan yulianto, " Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Jatimulyo, " Pada 3 Mei 2023

Menurut bapak iwan yulianto selaku kepala cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan mengatakan dalam memasarkan produk tabungan haji pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan masih kekurangan sumber daya manusia (SDM). Karena untuk produk tabungan haji pihak BPRS tidak memiliki marketing funding untuk mempromosikan produk tabungan haji, akibatnya produk tabungan haji ditawarkan bersamaan dengan produk pembiayaan lain sehingga dalam kegiatan promosinya kurang efektif. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan tercatat memiliki 3 marketing lending yang berfokus mempromosikan produk pembiayaan bukan tabungan. Dengan terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dalam memasarkan dan mempromosikan produk tabungan mengakibatkan kendala yang dialami pihak BPRS dalam memasarkan produk tabungan haji. Kendala tersebut mengakibatkan menurunnya jumlah nasabah tabungan haji. Contohnya saja pada penerapan strategi *door to door* pihak marketing masih jarang melakukan strategi promosi tersebut karena terbatasnya jumlah marketing. Strategi *door to door* ini merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan marketing dengan mengunjungi rumah-rumah masyarakat dengan membawa brosur tanpa melakukan perjanjian.

## 2. Semakin Meningkatnya Kompetitor (pesaing)

Menurut bapak iwan yulianto selaku kepala cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan mengatakan pesaing

merupakan hambatan atau kendala utama dalam pemasaran produk tabungan haji, karna produk tabungan haji ini tidak hanya dimiliki oleh BPRS Metro Madani. Ada bank yang terlebih dahulu memiliki produk tabungan haji seperti Bank-bank besar yaitu bank BNI Syariah, Mandiri Syariah, dan Bank Muamalat. Tidak hanya bank-bank tersebut seiring berjalannya waktu terdapat pesaing dari bank-bank lain yang juga mempunyai produk tabungan haji seperti Bank Mega Syariah dsb. Karna semakin meningkatnya pesaing maka akan semakin sulit mempromosikan produk tabungan haji terlebih jika produk tabungan haji yang ditawarkan oleh bank-bank tersebut memiliki keunggulan yang lebih baik dari produk tabungan haji yang ditawarkan oleh BPRS Metro Madani .

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada bapak iwan yulianto peneliti dapat menyimpulkan bahwa kendala yang dihadapi pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam mempromosikan produk Tabungan Haji adalah terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan semakin meningkatnya kompetitor (pesaing).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi promosi dalam upaya meningkatkan minat nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan. Penulis menyimpulkan bahwa :

1. Strategi promosi yang dilakukan oleh BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan dalam upaya meningkatkan minat nasabah produk tabungan haji yaitu dengan strategi promosi menggunakan strategi Periklanan (*Advertising*), Promosi penjualan (*sales promotion*), dan Penjualan pribadi (*personal selling*).
2. Kendala yang dihadapi BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yaitu terbatasnya sumber daya manusia (SDM) dan meningkatnya kompetitor (pesaing).

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas penulis berupaya memberikan saran kepada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan sebagai berikut:

1. Untuk memaksimalkan strategi promosi dalam upaya meningkatkan minat dan jumlah nasabah pada produk tabungan haji sebaiknya pihak BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan



memperbanyak strategi yang digunakan dalam promosi produk tabungan haji.

2. Untuk mengatasi kendala terhadap promosi produk tabungan haji diharapkan pihak BPRS Metro Madani dapat meningkatkan promosi penjualan produk tabungan haji dan menambah jumlah marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agnita, Yolanda. 2021. *Peranan Hubungan Masyarakat*. Medan: Universitas Medan arena.
- Andespa, Roni. 2017. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol.2 No.1.
- Anita, Siska Yuli, Eky Endriana Amiruddin dkk. 2023. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV. Intelektual Manifes Media.
- Arifah, Yenny. 2017. *Keputusan Pembelian Produk*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Al-Qur'an Indonesia* <https://quran-id.com>
- Bachtiar. 2021. *Mendesain Penelitian Hukum*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Beni Ahmad Saebani dan Kadar Nurjaman. 2013. *Manajemen Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Candra Dewi, Luh Komang dan I Gusti Bagus Rai Utama. 2022. *Pemasaran Kreatif Untuk Segala Bisnis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Doni, Juni Priansa, 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Evinita, Lenny leorina dan Joseph Philip Kambey. 2022. *Peningkatan Kinerja Pelayanan Publik*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media.
- Fahlevi, Muhammad Ryan, Hasrun Afandi Umpusinga, Nizaruddin dan Dwi Puspa Anjasari. 2022. Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Produk Deposito. *Finansia: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah*. Vol.5 No.1.
- Ferdinand, Agusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Ahmad. 2004. *Mengenal dan Memilih Produk Investasi Syariah*. Jakarta: PT. Elex Media Kampusindo
- Helaludin, Hengky Wijaya. 2019. *Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Malang: Media Nusa Creatif
- Hutabarat, Julianus. 2017. *Pengantar Teknik Industri*. Malang: MNC Publishing.
- Kasmir. 2018. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.

- Lestari, Ika dan Mansur Chadi Mursid. 2019. *Lingkungan Dunia Usaha Indonesia*. Tegal: Khoirunnisa.
- Mardia, January Rizki, Amruddin dkk. 2023. *Pengantar Pemasaran Agribisnis*. Yayasan Kita Menulis.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution, Mislah Hayati. 2015. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Jurnal Nisbah*. Vol.1 No.1.
- Rabbani, Didin Burhanuddin, Ni Desak Made Santi Diwyarti dkk. 2022. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Raharja, Tri Weda dan Herrukmi Septo Rinawati. 2019. *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Wisata*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Ramadhan, Muhammad.2021. *Metode Penelitian*. Surabaya: Citra Media Nusantara
- Sabda, Dian Nurani Siahn.2022. *Pengenalan Bisnis Teori dan Praktik*. Medan: Merdeka Kreasi Group.
- Sarosa,Samiaji. 2021. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*.Yogyakarta:Kanisius.
- Skripsi. Wahyuni H. 2019. *Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Gowa*. Makasar. Universitas Makasar.
- Skripsi. Yogi Tansri Saputra. 2021. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Gadai Di BPRS Metro Madani Kota Metro*. Metro. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Skripsi.Esy Rizki Mulyani.2021. *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Bima Sakti Mutiara*. Mataram. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Sodik, M.Ali dan Sandu Sitoyo.2015.*Dasar Metode Penelitian*.Sleman: Literasi Media Publishing
- Wawancara Edi Darmaji” MarketingBPRS Metro Madani Kc Jatimulyo,” 3 Mei 2023
- Wawancara Iwan yulianto,” Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo,” 20 januari 2023
- Wawancara Iwan yulianto,” Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kc Jatimulyo,” 3 Mei 2023

# **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-0589/In.28.1/J/TL.00/03/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Muhammad Hanafi Zuardi (Pembimbing 1)  
(Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : **LALA AFRILIA**  
NPM : 1903021043  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH  
TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR  
CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN

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, 07 Maret 2023

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M



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 : Lala Afrilia  
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1903021043  
Semester/TA : VII/2022  
Dosen Pembimbing : Hanafi Zuardi, S.H.I,  
M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis/ 22-12-2022	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tambahkan teori, fungsi minat, indikator minat, dll.</li><li>- Footnote tidak ada gambar</li><li>- hal, h, hlm. Ceklap tulis nomor halaman</li><li>- Tambahkan nasib &amp; tabung</li><li>16 sebagai sumber data primer</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I  
NIP.196007182008011012

Mahasiswa PBS,

Lala Afrilia  
NPM.1903021043





**KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
METRO**

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

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Lala Afrilia    Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1903021043    Semester/TA : VIII/2023  
Dosen Pembimbing : Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa/ 09 April 2023	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aka / outline dan APP.</li><li>- fepera sji perorapan dari yg tunun belati penelitian</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I  
NIP.198007182008011012

Mahasiswa PBS,

Lala Afrilia  
NPM.1903021043





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 SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lala Afrilia Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1903021043 Semester/TA : VIII/2023  
Dosen Pembimbing : Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selam/ 04-04-23	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pertanyaan APD yg level manager coba ditambahkan lagi beberapa items.</li><li>- Pertanyaan APD y menjawab rumusan masalah no.2 mau? Coba diuraikan Ken ya...</li></ul>	

Dosen Pembimbing,

M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I  
NIP.198007182008011012

Mahasiswa PBS,

Lala Afrilia  
NPM.1903021043








**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 : Lala Afrilia  
Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS  
NPM : 1903021043  
Semester/TA : VIII/2023  
Dosen Pembimbing : Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 24/01/2023	hal / diseminaran.	

Dosen Pembimbing,



**M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I**  
NIP.198007182008011012

Mahasiswa PBS,



**Lala Afrilia**  
NPM.1903021043



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 : Lala Afrilia

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 1903021043

Semester/TA : VIII/2023

Dosen Pembimbing : Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Selasa 7/01 2023	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cek lagi tahun Hjrahnya</li><li>2. Nama Dekan mohon diganti, sesuaikan dgn nama dekan sekarang yang baru dilantik</li><li>3. Pada latar belakang, coba dimunculkan bukti nyata yang berkaitan dengan alasan anda sehingga perlu dilakukan penelitian ini</li><li>4. Buku tahun 1996 dibuang saja, tidak usah dijadikan referensi. Lebih baik menggunakan referensi 5-7 tahun kebelakang.</li><li>5. Model penulisan daftar pustaka mohon diperhatikan kembali.</li></ol>	

Dosen Pembimbing,

M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I  
NIP.198007182008011012

Mahasiswa PBS,

Lala Afrilia  
NPM.1903021043




**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 SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa** : Lala Afrilia **Fakultas/Jurusan** : FEBI / PBS  
**NPM** : 1903021043 **Semester/TA** : VIII/2023  
**Dosen Pembimbing** : Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis / 08/06 2023	Ace / Demografi Jabab	

Dosen Pembimbing,



**M. Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I**  
NIP.198007182008011012

Mahasiswa PBS,



**Lala Afrilia**  
NPM.1903021043

## **OUTLINE**

### **STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN NOTA DINAS**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

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

## **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Kajian Teori
  - 1. Pengertian Strategi Promosi
    - a. Strategi
    - b. Promosi
    - c. Strategi Promosi
- B. Strategi yang digunakan dalam Promosi
  - 1. Personal Selling
  - 2. Sifat Personal Selling
  - 3. Fungsi Personal Selling
  - 4. Bentuk-bentuk Personal Selling
  - 5. Keunggulan dan Kelemahan Personal Selling
- C. Minat Nasabah
  - 1. Pengertian Minat
  - 2. Pengertian Nasabah
  - 3. Pengertian Minat Nasabah
  - 4. Macam-Macam Minat Nasabah
  - 5. Indikator Minat Nasabah
- D. Tabungan Haji
  - 1. Pengertian Tabungan Haji
  - 2. Landasan Al-Qur'an Terkait Ibadah Haji
  - 3. Hadis Tentang Haji

## **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknis Analisis Data



E. Teknik Keabsahan Data

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

- A. Gambaran Umum BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
  - 1. Sejarah Berdirinya BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
  - 2. Visi dan Misi BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
  - 3. Uraian Tugas dan Struktur Organisasi BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
  - 4. Produk-produk Pada BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
- B. Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Tabungan Haji Madani Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
  - 1. Periklanan
  - 2. Personal Selling
- C. Strategi Personal Selling dalam Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan
- D. Analisis Strategi Personal Selling dalam Meningkatkan Minat Nasabah Produk Tabungan Haji Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan

#### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Metro, 2 April 2023

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Peneliti



M. Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I  
NIP.19800718200811012



Lala Afrilia  
NPM.1903021043

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN

#### A. Wawancara

##### 1. Wawancara kepada Kepala Cabang BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

- a. Bagaimana perkembangan minat nasabah terhadap tabungan haji Di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
  - b. Bagaimana mekanisme pembagian kerja tentang strategi dan promosi tentang produk tabungan haji ?
  - c. Seperti apa arahan yang sudah anda lakukan terhadap rekan-rekan kerja terkait promosi pada produk tabungan haji ?
  - d. Apakah anda akan memberikan reward terhadap mereka yang berhasil mempromosikan tabungan haji, jika ada seperti apa bentuk rewardnya ?
  - e. Apakah ada sanksi bagi mereka yang tidak berhasil mempromosikan tabungan haji, jika ada seperti apa bentuk sanksinya ?
  - f. Apa saja kendala dalam memasarkan atau menawarkan produk tabungan haji ?
-

- g. Bagaimana upaya untuk menghadapi kendala dalam memasarkan produk tabungan haji ?
- h. Mengapa memilih strategi personal selling dalam meningkatkan minat nasabah tabungan haji ?
- i. Seperti apa keunggulan personal selling yang diterapkan di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo ?
- j. Seperti apa kelemahan personal selling yang diterapkan di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo ?

**2. Wawancara dengan Marketing BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.**

- a. Bagaimana penerapan strategi personal selling terhadap produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
- b. Strategi Personal Selling tersebut ditunjukkan kepada siapa saja ?
- c. Apakah anda mengalami kendala dalam memasarkan atau mengenalkan produk tabungan haji secara langsung kepada nasabah nasabah dan calon nasabah ?
- d. Seperti apa kelebihan strategi personal selling di banding strategi lain ?
- e. Seperti apa kelemahan personal selling yang diterapkan di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo ?

- f. Apakah penerapan personal selling mampu meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?

**3. Wawancara dengan nasabah tabungan haji BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.**

- a. Sejak kapan anda menjadi nasabah tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
- b. Kenapa anda berminat menggunakan produk tabungan haji ?
- c. Darimana anda mengetahui adanya produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan?
- d. Apakah ada seseorang yang pernah mereferensikan pada anda tentang produk tabungan haji yang ada di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan?
- e. Apakah anda pernah mencari informasi tentang produk apa saja yang ditawarkan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
- f. Bagaimana pelayanan strategi personal selling yang diberikan oleh marketing pada produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
- g. Anda menjadi nasabah di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan atas kemauan sendiri atau orang lain ?

**4. Wawancara dengan masyarakat sekitar BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.**

- a. Apakah anda mengetahui tentang produk tabungan haji di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?
- b. Apakah anda berminat menggunakan produk tabungan haji ?
- c. Adakah petugas marketing BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan yang pernah menawarkan produk tabungan haji ?
- d. Apakah ada seseorang yang pernah mereferensikan pada anda tentang produk tabungan haji yang ada di BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan?
- e. Apakah anda pernah mencari informasi tentang produk apa saja yang ditawarkan BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan ?

**B. Dokumentasi**

- a. Profil BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.
- b. Produk-Produk BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.
- c. Data jumlah nasabah tabungan haji BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan.

Metro, 2 April 2023

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Peneliti



M. Hanaf Zuardi, S.H.I., M.S.I  
NIP.19800718200811012



Lala Afrilia  
NPM.1903021043



**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-4356/In.28/J/TL.01/12/2022  
Lampiran :-  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
KEPALA CABANG BPRS METRO  
MADANI KC JATIMULYO LAMPUNG  
SELATAN  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **LALA AFRILIA**  
NPM : 1903021043  
Semester : 7 (Tujuh)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah  
STRATEGI MENINGKATKAN MINAT NASABAH  
Judul : **TABUNGAN IB HAJI MADANI (Studi Kasus BPRS Metro  
Madani Kantor Cabang Jatimulyo Lampung Selatan)**

untuk melakukan prasurvey di BPRS METRO MADANI KC JATIMULYO LAMPUNG SELATAN, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 13 Desember 2022

Ketua Jurusan,



**Muhammad Ryan Fahlevi M.M**  
NIP 19920829 201903 1 007





**BANK SYARIAH  
METRO MADANI**  
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah



Jatimulyo, 12 Januari 2023  
*19 Jumadil Akhir 1444 H*

Nomor : 005/07/BPRS-MM/KC-JTM/I/2023  
Lamp. :-

Kepada Yth,  
Dekan  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : Izin Pra Riset

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Teriring salam dan doa, semoga Saudara beserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta umatnya.


Memperhatikan surat Saudara No. B-4356/In.28/J/TL.01/12/2022 tanggal 13 Desember 2022 perihal Permohonan Izin Pra Riset, pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan Pra Riset di PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo kepada Mahasiswa :

Nama : Lala Afrilia  
NPM : 1903021043  
Jurusan : Perbankan Syaria'ah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan Pra Riset, PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Kantor Cabang Jatimulyo

  
**Iwan Yulianto**  
Kepala Cabang

Catatan :

*Fotocopy KTP dan Kartu Mahasiswa diserahkan pada saat penelitian pertama dimulai.*

Kantor Pusat : Jl. Diponegoro No. 5 Metro Pusat, Kota Metro - Lampung Telp. : 0725 - 44365 Faks. : 0725 - 48869  
e-mail : [bprsmetroadani@gmail.com](mailto:bprsmetroadani@gmail.com)  
Layanan Kas : Jl. Soekarno Hatta No. 42 16c Mulyojati, Kota Metro - Lampung (RSU Muhammadiyah Metro)  
Kantor Cabang Unit II : Jl. Lintas Timur Unit 2 Banjar Agung, Tulang Bawang Lampung Telp. / Faks. : 0726 - 750601  
Kantor Cabang Kalirejo : Jl. Jend. Sudirman Pasar Kalirejo, Kalirejo, Lampung Tengah - Lampung Telp. / Faks. : 0729 - 379400  
Kantor Cabang Tulang Bawang Barat : Jl. Jend. Sudirman Daya Murni Kec. Tumijajar, Tulang Bawang Barat - Lampung Telp. / Faks. : 0724 - 3200015  
Kantor Cabang Jatimulyo : Jl. Rengas No. 260 Rink II Jatimulyo Kec. 168 Suka Telp. : 0721 - 2046208 Faks. : 0721 - 2046209



**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.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1055/In.28/D.1/TL.00/04/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
KEPALA CABANG BPRS METRO  
MADANI KANTOR CABANG  
JATIMULYO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1056/In.28/D.1/TL.01/04/2023, tanggal 06 April 2023 atas nama saudara:

Nama : **LALA AFRILIA**  
NPM : 1903021043  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 06 April 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



Jatimulyo, 03 Mei 2023  
*13 Syawal 1444 H*

Nomor : 040/07/BPRS-MM/KC-JTM/V/2023  
Lamp. : -

Kepada Yth,  
Dekan  
Institut Agama Islam Negeri Metro  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **Izin Riset**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Teriring salam dan doa, semoga Saudara beserta jajaran dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta umatnya.

Memperhatikan surat Saudara No. B-1055/In.28/JTL.01/04/2023 tanggal 06 April 2023 perihal Permohonan Izin Riset, pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan Riset di PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo kepada Mahasiswa :

Nama : Lala Afrilia  
NPM : 1903021043  
Jurusan : Perbankan Syari'ah

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan Riset, PT. BPR Syariah Metro Madani KC. Jatimulyo tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

PT. BPR Syariah Metro Madani  
Kantor Cabang Jatimulyo

  
**Iwan Yulianto**  
Kepala Cabang

Catatan :  
*Fotocopy KTP dan Kartu Mahasiswa diserahkan pada saat penelitian pertama dimulai.*



**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.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-1056/In.28/D.1/TL.01/04/2023

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

Nama : **LALA AFRILIA**  
NPM : **1903021043**  
Semester : **8 (Delapan)**  
Jurusan : **S1 Perbankan Syariah**

- Untuk:
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN".
  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 : 06 April 2023

Mengetahui,  
Pejabat Setempat

  
Iwan Yulianto

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



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



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

NPP: 1807062F0000001

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-673/ln.28/S/U.1/OT.01/06/2023**

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

Nama : Lala Afrilia  
NPM : 1903021043  
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 1903021043

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, 08 Juni 2023  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
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 : LaLa Afrilia  
NPM : 1903021043  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI MADANI DI BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO LAMPUNG SELATAN** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 10%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 14 Juni 2023  
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



**Muhammad Ryan Fahlevi**  
NIP.199208292019031007

## DOKUMENTASI



**Gambar 1. Wawancara Dengan Bapak Iwan Yulianto Selaku Kepala Cabang BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**



**Gambar 2. Wawancara Dengan Bapak Edy Darmaji Selaku Marketing BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**



## **RIWAYAT HIDUP**



Lala Afrilia , dilahirkan di desa Giriklopomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur pada tanggal 17 April 2001. Anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Sujianto dan Ibu Sriyanti.

Adapun riwayat pendidikan yang ditempuh oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Pada tahun 2007-2013 menempuh pendidikan di SD Negeri 1 Batangharjo Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Batanghari Kabupaten Lampung Timur dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2019 lulus dari SMK Muhammadiyah 1 Metro. Dan melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah.