

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN IB
MULTIGUNA BERDASARKAN SIFAT WAJIB RASULULLAH
DI BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh :

ZHELA NORDIANA

NIM : G74214076



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
SURABAYA**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Zhela Nordiana

NIM : G74214076

Fakultas/Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Iq Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah Di Bank Syariah Bukopin Cabang

Sidoarjo

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 29 Juni 2018

Saya yang menyatakan,



Zhela Nordiana

NIM. G74214076

Skripsi yang ditulis oleh Zhela Nordiana NIM. G74214076 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 10 Juli 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

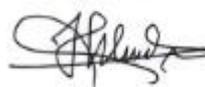
Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,



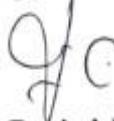
H. Muhammad Yazid, S.Ag, M.si
NIP 197311171998031003

Penguji II,



Abdul Hakim, MEI
NIP 197008042005011003

Penguji III,



Ummiy Fauziyah Laili, M.Si
NIP 198306062011012012

Penguji IV,



Nurul Lathifah, S.A., M.A
198905282018012001

Surabaya, 10 Juli 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,



Prof Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip. SEA, M.Phil, Ph.D
NIP. 197402091998031002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Zhela Nordiana NIM. G74214076 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 29 Juni 2018

Pembimbing,



H. Muhammad Yazid, S.Ag, M.Si
NIP 197311171998031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zhela Nordiana
NIM : G74214076
Fakultas/Jurusan : FEBI/Ekonomi Syariah
E-mail address : Zhelanr@yahoo.co.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Multiguna Berdasarkan Sifat Wajib Rasulullah Di Bank

Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

Zhela Nordiana

beberapa sub bab, sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah. Adapun sistematika pembahasannya adalah:

Bab pertama adalah pendahuluan. Dalam bab ini terdiri dari latar belakang, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori. Pada bab ini peneliti mengulas masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang relevan. Teori tersebut adalah teori tentang strategi pemasaran dengan metode bauran pemasaran dan sifat wajib Rasulullah SAW yaitu *siddiq, amānah, fathānah*, dan *tabligh*.

Bab ketiga adalah bab yang membahas tentang data penelitian. Pada bab ini peneliti akan mendeskripsikan data yang berkaitan dengan hasil observasi, dan hasil wawancara. Deskripsi yang dimaksud disini ialah gambaran umum tentang strategi pemasaran yang digunakan di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo. Serta strategi pemasaran yang berdasarkan sifat wajib Rasulullah di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo.

Bab keempat ialah tentang analisa dari permasalahan yang penulis angkat. Bab ini mengemukakan tentang analisa strategi pemasaran produk tabungan iB Multiguna yang digunakan di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo. Serta akan mengungkapkan

f. Lingkungan, yaitu daerah-daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Contoh daerah dekat dengan warung, tempat tinggal, masjid, sekolah, kampus atau perkantoran.

Menurut perspektif syariah, saluran pemasaran atau lokasi perusahaan bisa dimana saja asalkan tempat tersebut bukan tempat yang dipersengketakan keberadaannya. Namun tersirat, Islam lebih menekankan pada kedekatan perusahaan dengan pasar. Hal itu untuk menghindari adanya aksi pengecatan barang sebelum sampai ke pasar.

Namun bila dikaitkan dengan keberadaan suatu bank ialah bank seharusnya berlokasi ditempat yang strategis agar lebih memudahkan nasabah melakukan transaksi di bank tersebut.

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan salah satu bagian dari *marketing mix* yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi dalam perspektif syariah merupakan suatu upaya penyampaian informasi yang benar terhadap produk barang atau jasa kepada calon konsumen atau pelanggan. Berkaitan dengan hal itu maka ajaran Islam sangat menekankan agar menghindari unsur penipuan atau memberikan informasi yang tidak benar bagi para calon konsumen atau

- a) Pimpinan Cabang, tugas pokoknya ialah mengkoordinasikan dan melakukan peningkatan kinerja Cabang untuk mencapai target Cabang yang telah ditetapkan oleh Kantor Pusat.
- b) RO (*Relationship Officer*), tugas utamanya yaitu mencari dana masyarakat dalam bentuk Tabungan Giro Deposito dan memasarkan produk/jasa Bank kepada masyarakat luas baik secara individu atau kelompok.
- c) AO (*Account Officer*), tugas pokoknya yaitu menerima/melayani permohonan fasilitas pembiayaan dan memproses permohonan sesuai dengan ketentuan kebijakan pembiayaan PT BSB, memenuhi *target market* dan mengembangkan produk.
- d) CS (*Customer Service*), tugas pokoknya adalah melayani seluruh permintaan nasabah baik membuka dan menutup rekening Tabungan, Giro, Deposito, serta menginformasikan produk-produk bank dan menerima komplain atau keluhan dari nasabah melalui media telephone atau tertulis.
- e) *Teller*, tugas pokoknya adalah melayani nasabah untuk menerima dan membayarkan dananya sesuai dengan limitasi yang diberikan oleh pejabat yang berwenang dan sebagai *alternative customer service*.
- f) Adm. Pembiayaan, tugas pokoknya adalah melakukan *dropping* pembiayaan, perpanjangan pembiayaan, penurunan *out standing*, dan pelunasan pembiayaan.

Giro iB adalah produk simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran, penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan syarat menggunakan Cek atau sarana perintah pembayaran lainnya atau melalui pemindah bukuan lainnya.

B. Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo

Semakin banyaknya perbankan yang ada di Indonesia maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi antar perbankan yang ada pada saat ini. Perbankan saling bersaing untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan berbagai macam cara dan mempertahankan nasabah-nasabahnya yang sudah ada. Strategi-strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo untuk menarik peminat agar lebih banyak lagi dan meraih kesuksesan, salah satunya yaitu dengan melakukan pemasaran. Strategi pemasaran merupakan fungsi manajemen untuk menciptakan permintaan produk, oleh sebab itu perlu adanya upaya untuk menginformasikan produk yang ada sehingga apa yang direncanakan tercapai. Strategi yang diterapkan pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Sidoarjo dalam memasarkan produk tabungan iB Multiguna untuk meningkatkan jumlah nasabah baru yaitu dengan menggunakan beberapa pendekatan Bauran Pemasaran 4 P (Empat P)

d. Strategi Promosi yang digunakan di Bank Syariah Bukopin ialah :

1. *Sales Promotion* yang dilakukan di Bank Syariah Bukopin ialah penyebaran brosur di pasar, sekolah, instansi pemerintahan, serta masjid-masjid dan lain-lain. Pasar yang dikunjungi seperti Pasar Pepelegi, Pasar Gedangan, dan lain-lain. Adapun sekolah yang pernah didatangi ialah SMP Buana, KBRA Perwanida, SDN Kebonsikep, Al-Falah Darussalam dan lain-lain. Juga sering melakukan *open table* di *event-event* mall, hotel serta lainnya. Adanya *sales promotion* terutama dengan sistem jemput bola ini sangat efektif dalam mengenalkan produk tabungan iB Multiguna, namun *opentable* yang seharusnya dilakukan minimal 2 kali dalam sebulan masih belum sepenuhnya terlaksana dengan baik dikarenakan beberapa kendala waktu, dan lain-lain. Jadi *sales promotion* terutama untuk *opentable* menurut penulis kurang maksimal padahal *opentable* di event-event sangat penting guna mengenalkan produk tabungan ini ke masyarakat yang lebih luas.
2. *Personal Selling* yang dilakukan oleh penjualan pribadi yang dilakukan oleh semua karyawan Bank Syariah Bukopin bukan hanya staff marketing saja. Penjualan pribadi dimulai dengan menawarkan produk ke keluarga, saudara, tetangga, dan teman-teman yang dilakukan secara langsung dengan tatap muka.
3. Publisitas yang diterapkan di Bank Syariah Bukopin ialah saat bulan ramadhan bank tersebut mendatangi panti asuhan “Nurul Fath” guna

			<p><i>pas promosiin itu...”</i> (Nasabah F)</p> <p><i>“Memahami kan pasti juga dipelajari dulu sebelumnya..”</i> (Nasabah G)</p> <p><i>“Iya kalau menurut saya soalnya tanpa melihat brosur sudah bisa jelasin detail...”</i> (Nasabah H)</p> <p><i>“Memahami kok beliau karena saya tanya beliau pengalaman kerja sebagai marketing di BSB sudah lama..”</i> (Nasabah I)</p> <p><i>“iya mbak marketingnya sangat memahami produk jadi saat penyampaian mudah dimengerti...”</i> (Nasabah J)</p>
4	Tabligh	Sesuai	<p><i>“Bu betris nya enak kalau menjelaskan saya jadi tertarik...”</i>(Nasabah A)</p> <p><i>“Waktu itu marketingnya baik ramah juga pas ngasih tau info produk ini...”</i> (Nasabah B)</p> <p><i>“Kalau jelasin sih bahasanya mudah dipahami...”</i>(Nasabah C)</p> <p><i>“Bapak nya itu nawarinnya kesaya menggunakan bahasa jawa jadi saya cepet ngerti ..”</i>(Nasabah D)</p> <p><i>“Iya baik baik kok</i></p>

Data NOA Tabungan iB Multiguna
Periode 2015 – 2017

TAHUN	NOA (<i>Number of Account</i>)
31/12/2015	397
31/12/2016	478
31/12/2017	398

Dapat dilihat dari tabel tersebut peminat tabungan iB Multiguna mengalami kenaikan dari tahun 2015 dengan NOA 397 naik di tahun 2016 dengan NOA 478 artinya terdapat bertambahnya nasabah ditahun itu tetapi di tahun 2017 NOA mengalami penurunan menurut staf marketing yang kami wawancara bukan karena strategi pemasarannya yang kurang tepat atau pemasar yang kurang maksimal dalam bekerja akan tetapi kebanyakan nasabah produk ini hanya mengambil kontrak satu tahun jadi penurunan jumlah NOA ditahun 2017 menurut informan karena nasabah sudah jatuh tempo.

- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama,2014
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2015
- Iska, Syukri. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia dalam Perspektif Fikih Ekonomi*, Yogyakarta:Fajar Media Press,2012
- Ita Nurcholifah, “Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah”, *Khatulistiwa*, Nomor 1 Maret,2014
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, “Tanggung Jawab”.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta:RajaGrafindo Persada, 2005
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Quran Dan Terjemah*, Bandung:Syaamil Quran, 2009
- Kurnia Aristyani Putri, “Penerapan Strategi Pemasaran *Marketing Mix* untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Kredit Pensiun Pada PT.Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Btpn) Tbk. Kantor Cabang Surakarta”, (Skripsi—Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2013).
- Limakrisna, Nandan. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Bisnis*, Jakarta:Mitra Wacana Media,2012
- Malayu S.P, *Dasar – Dasar Perbankan*, Jakarta Bumi Aksara,2011
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Mitra Wacana Media,2016
- Muhammad Sadi IS, *Konsep Umum Perbankan Syariah Pola Relasi sebagai Institusi, Intermediasi,dan Agen Investasi*, Malang:Setara Press,2015
- Muhammad Syakir Sula, Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Bandung:Mizan, 2006
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta:UPP AMP YKPN, 2004

