

**IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH MOBIL KAS
KELILING DALAM MENDORONG MINAT PELAJAR
MENABUNG PADA BANK KB BUKOPIN SYARIAH KANTOR
CABANG SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh
Ardy Pujangga
NIM: 08020420040



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2023

PERNYATAAN

Saya, Ardy Pujangga, 08020420040, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi k baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 20 Oktober 2023

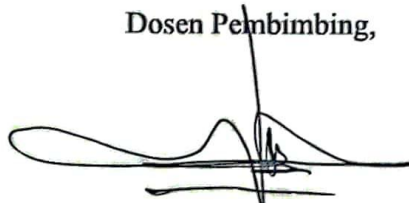


Ardy Pujangga
NIM. 08020420040

Surabaya, 29 November 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop on the left side, followed by a series of smaller, more intricate strokes that form the name 'Mustofa'.

Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH MOBIL KAS KELILING DALAM MENDORONG MINAT PELAJAR MENABUNG PADA BANK KB BUKOPIN SYARIAH KANTOR CABANG SURABAYA

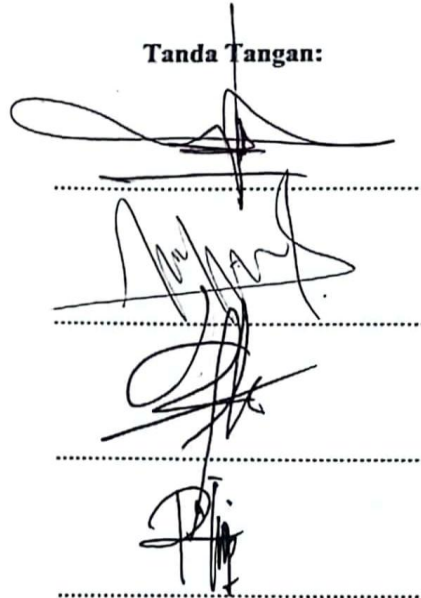
oleh
Ardy Pujangga
NIM: 08020420040

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
Tanggal 18 Desember 2023 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Mustofa, S.Ag., M.E.I
NIP. 197710302008011007
(Penguji 1)
2. Dr. Hj. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001
(Penguji 2)
3. Dr. Lilik Rahmawati, S.Si., M.E.I
NIP. 198106062009012008
(Penguji 3)
4. Riska Agustin, S.Si., M.SM
NIP. 199308172020122024
(Penguji 4)

Tanda Tangan:



Surabaya, 18 Desember 2023



Dr. ~~Silva~~ Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001 ↓



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

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 : Ardy Pujangga
NIM : 08020420040
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah
E-mail address : ardypujangga20@gmail.com

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 :

Implementasi Pemasaran Syariah Mobil Kas Keliling Dalam Mendorong Minat Pelajar Menabung Pada Bank KB Bukopin Syariah Kantor Cabang Surabaya

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, 18 Desember 2023

Pemulis

(Ardy Pujangga)

ABSTRAK

Bank KB Bukopin Syariah Kantor Cabang Surabaya mengimplementasikan pemasaran syariah melalui mobil kas keliling pada produk Tabungan SimPel iB. Pemasaran Syariah diimplementasikan dengan menerapkan prinsip dan karakteristik pemasaran syariah guna mendorong minat pelajar menabung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran produk Tabungan SimPel iB, Minat pelajar menabung pada produk Tabungan SimPel iB, dan implementasi pemasaran syariah melalui mobil kas keliling dalam mendorong minat pelajar menabung pada produk Tabungan SimPel iB di Bank KB Bukopin Syariah Kantor Cabang Surabaya.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pendekatan lapangan. Peneliti melakukan pendekatan lapangan secara langsung pada Bank KB Bukopin Syariah Kantor Cabang Surabaya. Peneliti ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu, observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi. Rangkaian kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini yaitu, pembuatan pertanyaan, wawancara kepada narasumber, dan mengumpulkan serta menganalisis data yang didapatkan.

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan pemasaran produk Tabungan SimPel iB menerapkan bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, dan promotion*. Tabungan SimPel iB dipromosikan melalui *advertising, sales promotion, publicity, dan personal selling*. Minat pelajar menabung pada produk Tabungan SimPel iB dipengaruhi oleh faktor internal seperti promosi, kualitas layanan, kualitas produk, dan lokasi. Sedangkan faktor eksternal yang memengaruhiadalah religiositas dan pengetahuan produk. Implementasi pemasaran syariah melalui mobil kas keliling dalam mendorong minat pelajar menabung pada produk Tabungan SimPel iB Bank KB Bukopin Syariah dilakukan dengan menerapkan prinsip dan karakteristik pemasaran syariah.

Penelitian ini memberikan saran bagi Bank KB Bukopin Syariah agar meningkatkan promosi dan kerjasama dengan sekolah-sekolah dan memperluas operasional mobil kas keliling dengan menambah jadwal layanan untuk mendorong minat menabung pelajar pada produk Tabungan SimPel iB.

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Mobil Kas Keliling, Minat Menabung

ABSTRACT

Bank KB Bukopin Syariah Surabaya Branch Office implements sharia marketing through mobile cash car for the SimPel iB Savings product. Sharia marketing is implemented by applying the principles and characteristics of sharia marketing to encourage student's interest in saving. This research aims to determine the marketing of the SimPel iB Saving product, students' interest in saving on the SimPel iB Savings product, and the implementation of sharia marketing through mobile cash car in encouraging students' interest in saving on the SimPel iB Savings product at Bank KB Bukopin Syariah Surabaya Branch Office.

This research uses qualitative descriptive research type with a field approach techniques. Reseachers took a direct field approach at Bank KB Bukopin Syariah Surabaya Branch Office. This research uses primary and secondary data. The data collection techniques used were observation, interviews, documentation and triangulation. The series of activities carried out in this reseach were, creating questions, interviewing sources, collecting and analyzing the data obtained.

The results obtained in this research show that the marketing of SimPel iB Savings products applies the 4P marketing mix, namely product, price, place and promotion. SimPel iB savings are promoted through advertising, sales promotion, publicity and personal selling. Students' interest in saving on SimPel iB Savings products is influenced by internal factors such as promotions, service quality, product quality and location. Meanwhile, external factors that influence are religiosity and product knowledge. The implementation of sharia marketing through mobile cash car to encourage students' interest in saving on the SimPel iB Bank KB Bukopin Syariah Savings product is carried out by applying the principles and characteristics of sharia marketing.

This research provides suggestions for Bank KB Bukopin Syariah to increase promotion and collaboration with schools and expand mobile cash car operations by increasing the service times to encourage students' interest in saving on SimPel iB Saving product.

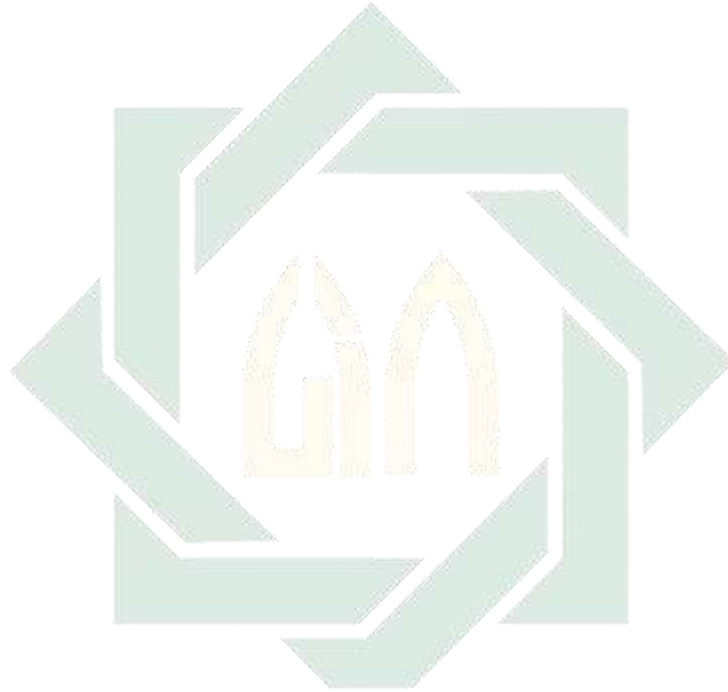
Keywords : Sharia Marketing, Mobile Cash Car, Interest in Saving

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	14
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian.....	15
1.6 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II LANDASARN TEORI.....	18
2.1 Pemasaran Syariah	18
2.2 Minat	33
2.3 Penelitian terdahulu	38
2.4 Kerangka Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Lokasi Penelitian	44
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5 Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 4.1	Biaya Tabungan SimPel iB	58
Tabel 4.2	Jumlah Nasabah Tabungan SimPel iB	69



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Lembaga Perbankan Syariah Januari 2023	2
Gambar 1.2	Pangsa Pasar Perbankan Syariah 2022	3
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.1	Logo Bank KB Bukopin Syariah.....	52
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Bank KB Bukopin Syariah.....	54
Gambar 4.3	Tabungan SimPel Bank KB Bukopin Syariah.....	57
Gambar 4.4	Alur Pembukaan Rekening Tabungan SimPel iB	59
Gambar 4.5	Pemasaran Tabungan SimPel iB Pada Media Sosial.....	62

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Pihak Bank.....	112
Lampiran 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Nasabah.....	113
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Kepala Cabang.....	114
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Staff Relationship Officer.....	115
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Staff Marketing.....	116
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Orang Tua Nasabah.....	116
Lampiran 7 Transkrip Wawancara dengan Nasabah atau Pelajar.....	119
Lampiran 8 Dokumentasi.....	121
Lampiran 9 Biodata Penulis.....	122



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Harfa Creative.
- Abdul Mujib. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH* (1 ed.). UM Surabaya Publishing.
- Ahmad Fauzi, Baitun Nisa, Darmawan Napitupulu, & Fitri Abdillah. (2022). *Metodologi Penelitian*. Pena Persada.
- Ali Hasan. (2010). *Marketing Bank Syariah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Ghalia Indonesia.
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257.
- Anin. (2023). *Orang Tua Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Asmawati, Trimulato, & Ismawati. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.13792>
- Badan Pusat Statistik. (2021). <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Bilqis. (2023). *Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Darmadi Duriyanto. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.
- Diana Sari. (2021). *Dasar Pemasaran Syariah* (1 ed.). KNEKS.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial* (1 ed.). Pustaka Setia.
- Dwiyanti, S., Sari, L. A. S., Agustin, Y., & Efendi, R. (2023). *Penyuluhan Tabungan Smpel Untuk Membangun Kesadaran Menabung Sejak Dini Pada Siswa-Siswi SDI Al-Huda Kota Kediri*. 1(2).
- Erika. (2023). *Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Fajar Sodik, M. Akrom Hidayat, Rikhadatun Abir Al Farda, & Raida Nadia Syahita. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Religiusitas

- Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 4(2), 123–143. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v4i2.132.123-143>
- Fauzan. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN SYARIAH Sebuah Pengantar* (1 ed.). Bildung.
- Feronika. (2023). *Staff Marketing* [Komunikasi pribadi].
- Harmoko, I. (2017). STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK SYARIAH DALAM PERSAINGAN BISNIS PERBANKAN NASIONAL. *WADIAH*, 1(1), 22–41. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v1i1.1278>
- Hasan, N. I. (2014). *PENGANTAR PERBANKAN SYARIAH*. GP Press Group.
- Henry Assael. (2004). *Customer Behavior and Marketing Action*. Boston.
- Hermawan Kertajaya. (2002). *On Marketing*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan Kertajaya & M Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing* (1 ed.). Mizan Pustaka.
- Indah. (2023). *Orang Tua Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Juraidah. (2018). *STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPEL IB PADA BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG MEDAN*. 64.
- Kasmir. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. RajaGrafindo Persada.
- KB Bukopin Syariah. (2023). *Tentang Kami | KB Bukopin Syariah*. <https://www.kbbukopinsyariah.com/tentangkami>
- Kementrian Agama RI. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Fajar Mulya.
- Kunarjo. (2003). *Glosarium Ekonomi*. UI Press.
- Mahfud, I. (2020). *STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DI TENGAH PESATNYA PERTUMBUHAN INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA*. 3.
- Malik, T. (2022). *Strategi Pemasaran Syariah Bank Muamalat Indonesia*. 5(2).
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). ANALISIS RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA PEKANBARU. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)

- Muhammad Yazid & Aji Prasetyo. (2019). *EKONOMI SYARIAH: Teori dan Praktik di Lembaga Keuangan Syariah* (1 ed.). IMTIYAZ.
- Nazami, M., Rizqiani, H. A., & Habibah, N. (2022). *Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Siswa Di MTs Hidayatullah Pada Saat Pandemi Covid—19*.
- Nisa. (2023). *Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Nur Asnawi & Muhammad Asnan Fanani. (2017). *PEMASARAN SYARIAH: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer* (1 ed.). RahaGrafindo Persada.
- Nurfitriani. (2023). PENGARUH PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT MENABUNG MASYARAKAT DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP POLEWALI. *BANCO Jurnal Manajemen dan Perbankan SYariah*, 3.
- Ortega, D., & Alhifni, A. (2017). *Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah*. 5.
- Otoritas Jasa keuangan. (2019a). *Generic Model Simpanan Pelajar (SIMPEL/SIMPEL iB)*.
- Otoritas Jasa keuangan. (2019b). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019*.
- Otoritas Jasa keuangan. (2023). *STATISTIK PERBANKAN SYARIAH* (1 ed.).
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Purnama Putra & Wiwik Hasbiyah. (2018). *TEORI DAN PRAKTIK PEMASARAN SYARIAH* (1 ed.). RahaGrafindo Persada.
- Rahayu, N. I., Misral, M., Anriva, D. H., & Anugra, P. E. (2023). Pengaruh Pelayanan Mobil Kas Keliling Bank Syariah Indonesia Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 13(1), 84–90. <https://doi.org/10.37859/jae.v13i1.4997>
- Reyden. (2023). *Nasabah Tabungan SimPel iB* [Komunikasi pribadi].
- Rulan Ahmadi. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (1 ed.). Ae-Ruzz Media.

- Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2017). PENGARUH PRODUK BANK SYARIAH TERHADAP MINAT MENABUNG DENGAN PERSEPSI MASYARAKAT SEBAGAI VARIABEL MODERATING DI PATI. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43.
- Solikin. (2023). *Kepala Sekolah SD Muhammadiyah 15 Surabaya* [Komunikasi pribadi].
- Sudianto, S., Fadilah, N., & Hanun, B. (2022). IMPLEMENTASI JASA MOBILE BRANCH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH. *Assyarikah: Journal of Islamic Economic Business*, 3(2), 105.
- Sudrajat, I., & Juwitaningrum, U. K. (2023). STRATEGI PROMOSI TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR IB MASLAHAH PADA BANK BJB SYARIAH KCP INDRAMAYU. 2(1).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukirman. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Pengantar*. Aksara Timur.
- Sulasih, S., Ulya, R. Y., & Novandari, W. (2022). Identifikasi Minat Memilih Produk Bank Syariah Melalui Peran Gaya Hidup, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah. *Al-Mal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 3(2), 233–252. <https://doi.org/10.24042/al-mal.v3i2.11907>
- Tamamudin. (2014). Merefleksikan Teori Pemasaran Ke Dalam Praktik Pemasaran Syariah. *Jurnal hukum Islam (JHI)*, 12.
- Teguh. (2023). *Kepala Cabang Bank KB Bukopin Syariah Kantor Cabang Surabaya* [Komunikasi pribadi].
- Tony Wijaya. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik*. Graha Ilmu.
- Tyas. (2023). *Teller Mobil Kas Keliling* [Komunikasi pribadi].
- Yuhelson. (2018). *HUKUM PERBANKAN SYARIAH* (1 ed.). Zahir Publishing.
- Zuchri Abdussamad. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.