

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PRODUK TABUNGAN  
EASY WADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP WAHID  
HASYIM JOMBANG**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Fardiana Mahfudhoh**

**NIM: G94218172**



**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**

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya (Fardiana Mahfudhoh), NIM G94218172, menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya, bukan hasil peniruan atau penjiplakan dari karya orang lain. Skripsi ini juga belum pernah diajukan dalam mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan referensi dengan menyebutkan nama penulis dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak kebenaran pada pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh.

Surabaya, 05 Januari 2024



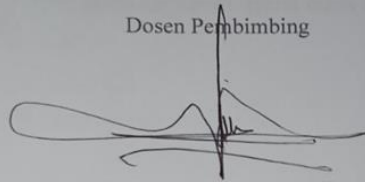
**Fardiana Mahfudhoh**  
NIM. G94218172

## PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Surabaya, 22 Desember 2023

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a vertical line, positioned above the printed name.

Dr. Mustofa, S.Ag., M.El

# LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN  
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EASY  
WADIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP WAHID HASYIM  
JOMBANG

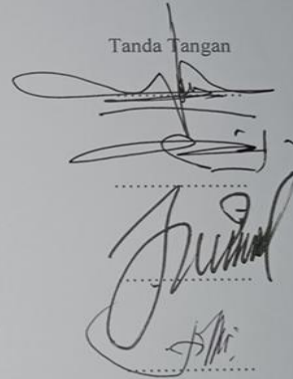
Oleh  
Fardiana Mahfudhoh  
NIM:G94218172

Telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 5 Januari 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk  
diterima

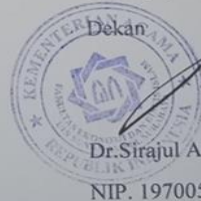
**Susunan Dewan Penguji:**

1. Dr. Mustofa, S.Ag., M.EI  
NIP. 197710302008011007  
(Penguji 1)
2. Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag  
NIP. 197708272005012002  
(Penguji 2)
3. Muhammad Iqbal Surya Pratikto, M.SEI  
NIP. 199103162019031013  
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihah, S.E.I., M.E  
NIP. 202202001  
(Penguji 4)

Tanda Tangan



Surabaya, 5 Januari 2024



Dekan  
Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001

## PERNYATAAN PRSETUJUAN PUBLIKASI



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](mailto: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 : Fardiana Mahfudhoh  
NIM : G94218172  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi  
Syariah E-mail address : fardianamahfudhoh03@gmail.com

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

Sekripsi    Tesis    Desertasi    Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia Kcp Wahid Hasyim Jombang**

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, 5 Januari 2024

Penulis

( Fardiana Mahfudho )

## ABSTRAK

Dalam perkembangan zaman sekarang, perkembangan bisnis dalam perbankan terjadi sangat pesat dan mengakibatkan persaingan bisnis perbankan yang ketat. Sehingga untuk dapat bertahan di tengah persaingan tersebut sebuah perusahaan perbankan harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi kompetitornya, salah satunya pada strategi pemasaran. Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang yang merupakan salah satu perbankan syariah yang ada di Indonesia juga memiliki strategi pemasaran dalam kegiatan operasionalnya. Tabungan easy wadiah merupakan salah satu produk yang tabungan yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan analisis strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. Selain itu juga untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran yang telah ditetapkan

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan terjun langsung ke lapangan untuk menemukan informasi yang relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan studi kasus deskriptif agar dapat mendeskripsikan hasil penelitian secara valid dan berurutan mengenai fakta-fakta yang diteliti. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang diperoleh akan di analisis menggunakan analisis data reduction, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang menggunakan bauran pemasaran 7P (*place, product, price, promotion, people, process, physical evidence*). Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran produk Tabungan easy wadiah ada kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal tersebut yaitu minimnya SDM bagian pelayanan, kurangnya mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam proses pemasaran dan promosi, wilayah pemasarn yang terbatas. Kendala eksternal tersebut yaitu banyaknya pesaing, produk sejenis yang ditawarkan pesaing, promosi yang dilakukan pesaing lebih menarik dan pelayanan yang lebih efektif yang ditawarkan oleh pesaing. Saran agar lebih dalam mengembangkan produk dalam strategi promosi dikarenakan banyaknya bank pesaing semakin kompetitif dalam memasarkan produk yang mereka miliki.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, 7P, Tabungan Easy Wadiah

## ABSTRACT

In today's developments, business development in banking is occurring very rapidly and resulting in tight competition in the banking business. So, to be able to survive amidst this competition, a banking company must have the right strategy to face its competitors, one of which is marketing strategy. Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang, which is one of the sharia banks in Indonesia, also has a marketing strategy in its operational activities. Easy Wadiah Savings is one of the savings products offered by Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang.

The aim of this research is to determine the marketing analysis strategy for easy Wadiah savings products. Apart from that, it is also to find out the obstacles faced in the marketing strategy that has been determined

This type of research is field research (field research) by going directly into the field to find relevant information. The method used in this research is a qualitative method using descriptive case studies in order to describe the research results validly and sequentially regarding the facts studied. The data sources used are primary data sources and secondary data sources. Analysis of the data obtained will use data reduction analysis, data presentation and drawing conclusions.

The research results show that the strategy carried out by Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang uses the 7P marketing mix (place, product, price, promotion, people, process, physical evidence). The obstacles facing the marketing strategy for the Easy Wadiah Savings product include internal obstacles and external obstacles. These internal obstacles are the lack of human resources in the service department, less than optimal use of technology in the marketing and promotion process, limited marketing area. These external obstacles are the number of competitors, similar products offered by competitors, more attractive promotions by competitors and more effective services offered by competitors. Suggestions to develop products more deeply in promotional strategies because many bank competitors are increasingly competitive in marketing the products they have.

Keywords: Marketing Strategy, 7P, Easy Wadiah Savings

## DAFTAR ISI

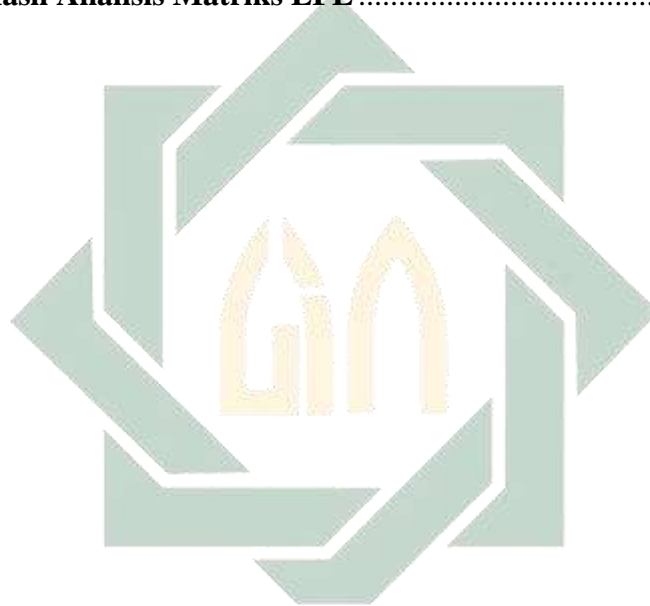
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>PERNYATAAN PRSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Dan Batasan Masalah.....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	6
2.1 Strategi pemasaran .....	6
2.2 Akad Wadiah.....	15
2.3 Penelitian Terdahulu .....	19
2.4 Kerangka Konseptual .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Sumber Data.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Keabsahan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis .....	29



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b> .....	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia Kcp Wahid Hasyim Jombang .....	33
4.1.2 Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang.....	34
4.1.3 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang .....	35
4.1.4 Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang ...	38
4.1.5 Operasional PT Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang ..	45
4.1.6 Aplikasi Excellent Service di Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim .....	46
4.2 Analisis Data.....	48
4.2.1 Analisis Matriks SWOT.....	48
4.2.2 Analisis Matriks IFE-EFE.....	53
4.2.3 Analisis Matriks Kuadran SWOT .....	55
4.3 Strategi Pemasaran Produk Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang.....	58
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b> .....	70
5.1 Strategi Pemasaran Produk tabungan easy wadiah pada bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang .....	70
5.2 Kendala-Kendala Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah Di Bank Syariah Indonesia KCP Wahid Hasyim Jombang.....	77
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	80
6.1 Simpulan.....	80
6.2 Saran.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	82
<b>Lampiran</b> .....	84

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3. 1 Komponen SWOT .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4. 1 Analisis SWOT Pada Produk Tabungan Easy Wadiah.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 2 Hasil Analisis Matriks IFE .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil Analisis Matriks EFE .....</b>	<b>54</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT.....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 4. 1 Struktur Organisasi BSI KCP Wahid Hasyim Jombang.....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 4. 2 .....</b>	<b>56</b>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Anogra, Pandji. 2009. *Manajemen Bisnis*, Jakarta, Riena Cipta.
- Alma, Bukhari dkk. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ato'illah, Mohammad. 2015. *Analisis Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk*, Jurnal WIGA Vol. 5 No. 1.
- Asauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Al Hafidz Ibnu Hajar Al Asqolani. 1432. *Bulugul Marom*. Darul Akmal: Surabaya, 1432.
- Creswell.2016. *Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantatif Dan Campuran Edisi Keempat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Condoso, Faustinus, Gomes. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDI.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro.
- Djakfar, Muhammad. 2002. *Etika Bisnis Islam Tataran Teoritis dan Praktis*. Gramedia :Jakarta.
- Dagun.2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung:Erlangga.
- Denzin & Lincoln. 1994. *Hand Book Of Qualiative Research*. London:Sage Publications
- Firmansyah, Fani. 2014. Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pada PT Panin Bank Syariah Tbk Kantor Cabang Malang. Jurnal Modernisasi. Vol. 10. No. 2
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000. Tabungan.Jakarta: DSNMUI
- Fathoni, Abdurrahmat. 2006. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta:Pt Rineka Cipta
- Firdaus, Muhammad. 2012. *Menejemen Agribisnis*. Malang: Bumi Aksara.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Hendro. 2011. *Dasar Dasar Kewirausahaan*. Jakarta:Pt Gelora Aksara Pratama.
- Khairunnisa. 2022. Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Lubuk Pakam. Jurnal Penelitian Administrasi Publik. Vol. 2 No.3

- Kotler, Philip. 1993. *manajemen pemasaran*, jakarta: pt indeks Kompas Gramedia.
- Kotler dkk. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi VIII*. Jakarta: Erlangga.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pusaka
- Kasmir. 2007 *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Kurniawati. 2022. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Menabung Pada Tabungan Wadiah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Denpasar. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*. Vol.2 No. 1
- Maisari. 2015. Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hasanah Dengan Akad Wadiah Terhadap Tingkat Pertumbuhan Jumlah Nasabah BNI Syariah Cabang Bogor. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 6 No 1
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta:Cv Budi Utama
- Purnama, Lingga. 2001. *Startegic Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rachmawati, Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran*. *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol 2 No 2
- Sheilamida. 2022. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah. *Musarakah Journal Of Sharia Economics*. Vol. 2 No. 1
- Sukirno, Sadono Dkk. 2004. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung:Alfabeta
- Saleh, Sirajuddin. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung:Pusaka Ramadhani
- Willian J. 1991. *Prinsip Pemasaran Jilid Satu*. Jakarta:Erlangga