

**PENERAPAN PEMASARAN SYARIAH MELALUI STRATEGI  
KEMITRAAN ANTARA BANK MUAMALAT KCU DARMO  
SURABAYA DAN BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH  
PADA PRODUK PROHAJJ PLUS**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**ULYA FAIZZATUN NAFI'AH**

**NIM: 0804042183**



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

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Ulya Faizzatun Nafi'ah

NIM : 08040422183

Judul : Penerapan Pemasaran Syariah Melalui Startegi Kemitraan Antara Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya Dan Biro Perjalanan Haji Dan Umrah Pada Produk *Prohaji Plus*

Telah diperiksa dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan pada sidang munaqasah skripsi.

Surabaya, 12 Desember 2025

Pembimbing,



**Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si**

NIP. 198209052015031002

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENERAPAN PEMASARAN SYARIAH MELALUI STRATEGI**  
**KEMITRAAN ANTARA BANK MUAMALAT KCU DARMO**  
**SURABAYA DAN BIRO PERJALANAN HAJI DAN UMRAH**  
**PADA PRODUK PROHAJJ PLUS**

Oleh:  
ULYA FAIZZATUN NAFI'AH  
NIM: 08040422183

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada  
Tanggal 6 Januari 2026 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima  
**Susunan Dewan Penguji:** **Tanda Tangan:**

1. Hanafi Adi Putranto, S.Si., SE., M.Si.  
NIP. 198209052015031002

(Penguji 1)



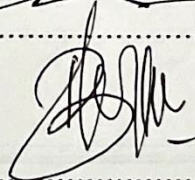
2. Dr. Mazro'atus Sa'adah, M.Ag.  
NIP. 197708272005012002

(Penguji 2)



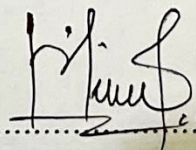
3. Betty Silfia Ayu Utami, S.E, M.SE.  
NIP. 198706102019032019

(Penguji 3)



4. Ismatul Khayati, M.E.  
NIP. 199010132022032001

(Penguji 4)



Surabaya, 06 Januari 2026

Dekan,



Dr. Surajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.  
NIP: 197005142000031001

## PERNYATAAN

Saya Ulya Faizzatun Nafi'ah, 08040422183, 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 akademik 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 Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan pertauran yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 19 Desember 2025



Ulya Faizzatun Nafi'ah

NIM. 08040422183

## **DECLARATION**

*I, Ulya Faizzatun Nafi'ah, 08040422183, stated that:*

- 1. My thesis is original and truly my own work, and not the work of someone else on my behalf, and not the result of imitation or plagiarism of someone else's work. This thesis has never been submitted to get an academic degree either at UIN Sunan Ampel Surabaya, or at other universities.*
- 2. In this Thesis, there are no works or opinions that have been written or published by others, unless they are clearly listed as a reference by mentioning the author's name and included in the bibliography.*
- 3. I make this statement truthfully, and if in the future there are irregularities and inaccuracies in this statement, then I am willing to accept academic sanctions in the form of revocation of the degree that has been obtained because of this thesis, as well as other sanctions in accordance with the norms and regulations that apply at UIN Sunan Ampel Surabaya.*



*Surabaya, 19 Desember 2025*

*Ulya Faizzatun Nafi'ah*

*NIM. 08040422183*

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ulya Faizzatun Nafi'ah  
NIM : 08040422183  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah  
E-mail address : [ulyaffaizza@gmail.com](mailto:ulyaffaizza@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 :

Penerapan Pemasaran Syariah Melalui Strategi Kemitraan Antara Bank Muamalat KCU

Darmo Surabaya dan Biro Haji dan Umrah Pada Produk ProHaji Plus

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, 11 Januari 2026

Penulis

(  )  
Ulya Faizzatun Nafi'ah

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji implementasi strategi pemasaran syariah dan kemitraan antara Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya dengan biro perjalanan haji dan umrah pada produk ProHajj Plus. Latar belakang penelitian didasarkan pada tingginya minat masyarakat terhadap ibadah haji serta pentingnya peran bank syariah dan biro perjalanan sebagai mitra strategis dalam memfasilitasi pembiayaan dan pemorsian haji. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana strategi kemitraan tersebut dijalankan dan berkontribusi dalam membentuk pemasaran produk ProHajj Plus yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap pihak Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya serta tiga biro haji mitra, yaitu Labbaika Cipta Imani, Nurul Hayat, dan Arminareka. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menelaah temuan lapangan dan mengaitkannya dengan teori kemitraan Mohr dan Spekman serta konsep pemasaran syariah Syakir Sula.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran ProHajj Plus tidak hanya dilakukan melalui promosi, tetapi terintegrasi dengan pola kemitraan yang menekankan kepercayaan, komitmen, komunikasi, penyelesaian konflik, dan saling ketergantungan. Kemitraan yang terjalin mampu mendukung kelancaran proses pembiayaan dan pemorsian haji, memperkuat kepercayaan biro dan jamaah, serta membentuk pemasaran yang berorientasi pada hubungan jangka panjang dan nilai-nilai syariah.

Secara signifikan, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian pemasaran syariah berbasis kemitraan serta kontribusi praktis bagi bank dan biro perjalanan haji dalam meningkatkan kualitas kerja sama. Penelitian ini menyarankan agar Bank Muamalat terus memperkuat koordinasi, standarisasi komunikasi, dan evaluasi kemitraan agar strategi pemasaran ProHajj Plus semakin efektif dan berkelanjutan.

**Kata kunci:** pemasaran syariah, kemitraan, ProHajj Plus, Bank Muamalat, biro perjalanan haji

## ABSTRACT

This study examines the implementation of Islamic marketing strategies and partnership practices between Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya and Hajj and Umrah travel agencies in marketing the ProHajj Plus product. The research is motivated by the high demand for Hajj services in Indonesia and the strategic role of Islamic banks and travel agencies in facilitating Sharia-compliant Hajj financing and quota registration. The main research question focuses on how partnership strategies are implemented and how they shape the Islamic marketing of ProHajj Plus based on Sharia values, as conceptualized by Shakir Sula.

This research adopts a qualitative approach using a case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya and three partner travel agencies, namely Labbaik Cipta Imani, Nurul Hayat, and Arminareka. Data analysis was conducted descriptively by linking empirical findings with the partnership theory of Mohr and Spekman and the Islamic marketing framework proposed by Shakir Sula.

The findings indicate that the marketing of ProHajj Plus is not limited to promotional activities but is integrated with partnership attributes such as trust, commitment, communication, conflict resolution, and interdependence. This partnership-based approach supports the smooth financing and quota registration process, strengthens institutional trust, and fosters long-term, value-based Islamic marketing practices.

This study contributes theoretically to the development of Islamic marketing studies based on partnership models and practically provides insights for Islamic banks and travel agencies to enhance sustainable collaboration through improved coordination and partnership evaluation.

**Keywords:** Islamic marketing, partnership, ProHajj Plus, Bank Muamalat, Hajj travel agencies

## DAFTAR ISI

|                                                                 |             |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                      | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                 | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                 | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN.....</b>                                          | <b>iv</b>   |
| <b>DECLARATION .....</b>                                        | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                      | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                            | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                           | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                          | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                       | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                      | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                    | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                 | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                   | 13          |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                        | 14          |
| 1.4 Rumusan Masalah .....                                       | 14          |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                                      | 15          |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                                     | 15          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>                              | <b>17</b>   |
| 2.1 Strategi Pemasaran .....                                    | 17          |
| 2.1.1 Pengertian Startegi Pemasaran .....                       | 17          |
| 2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran dalam Perspektif Syariah..... | 21          |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 2.1.3 Tujuan Strategi Pemasaran .....      | 25        |
| 2.1.4 Efektivitas Strategi Pemasaran ..... | 26        |
| 2.2 Strategi Kemitraan .....               | 27        |
| 2.2.1 Pengertian Strategi Kemitraan.....   | 29        |
| 2.2.2 Efektivitas Strategi Kemitraan.....  | 31        |
| 2.2.3 Manfaat Strategi Kemitraan .....     | 32        |
| 2.3 Penelitian Terdahulu.....              | 35        |
| 2.4 Kerangka Konseptual .....              | 49        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b> | <b>55</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                  | 55        |
| 3.2 Tempat atau Lokasi Penelitian .....    | 56        |
| 3.3 Jenis dan Sumber Penelitian .....      | 57        |
| 3.3.1 Data Primer .....                    | 57        |
| 3.3.2 Data Sekunder .....                  | 58        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....          | 60        |
| 3.4.1 Observasi.....                       | 60        |
| 3.4.2 Wawancara .....                      | 61        |
| 3.4.3 Dokumentasi .....                    | 64        |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....             | 65        |
| 3.5.1 Reduksi.....                         | 66        |
| 3.5.2 Penyajian Data .....                 | 67        |
| 3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....           | 68        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>   | <b>69</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....   | 69        |

|                                                                                                                                                                   |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.1 Sejarah Berdiri Bank Muamalat Indonesia .....                                                                                                               | 69         |
| 4.1.3 Stuktur Organisasi Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya .....                                                                                                   | 70         |
| 4.1.4 Produk dan layanan akad pada Bank Muamalat .....                                                                                                            | 75         |
| 4.2 Profil Biro Perjalanan Haji dan Umrah Mitra Bank Muamalat .....                                                                                               | 76         |
| 4.2.1 Biro Haji dan Umrah Labbaika Cipta Imani .....                                                                                                              | 76         |
| 4.2.2 Biro Haji dan Umrah Nurul Hayat Surabaya .....                                                                                                              | 77         |
| 4.2.3 Biro Haji dan Umrah Arminareka .....                                                                                                                        | 78         |
| 4.3 Hasil Penelitian .....                                                                                                                                        | 80         |
| 4.3.1 Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dan Kemitraan Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya dengan Biro Perjalanan Haji dan Umrah pada Produk ProHajj Plus ..... | 80         |
| 4.3.2 Hambatan dan Upaya pada Saat Penerepan Startegi Bauran Pemasaran Syariah.....                                                                               | 110        |
| 4.4 Pembahasan Penelitian.....                                                                                                                                    | 117        |
| 4.4.1 Implementasi Strategi Pemasaran Syariah dan Kemitraan Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya dengan Biro Perjalanan Haji dan Umrah pada Produk ProHajj Plus ..... | 117        |
| 4.4.2 Hambatan dan Upaya pada Saat Penerepan Startegi Bauran Pemasaran .....                                                                                      | 141        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                                                                                                                         | <b>154</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                                                              | 154        |
| 5.2 Saran.....                                                                                                                                                    | 156        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                                                                        | <b>157</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                                                                                                              | <b>159</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                          |           |
|----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 2. 1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti .....</b> | <b>35</b> |
|----------------------------------------------------------|-----------|



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

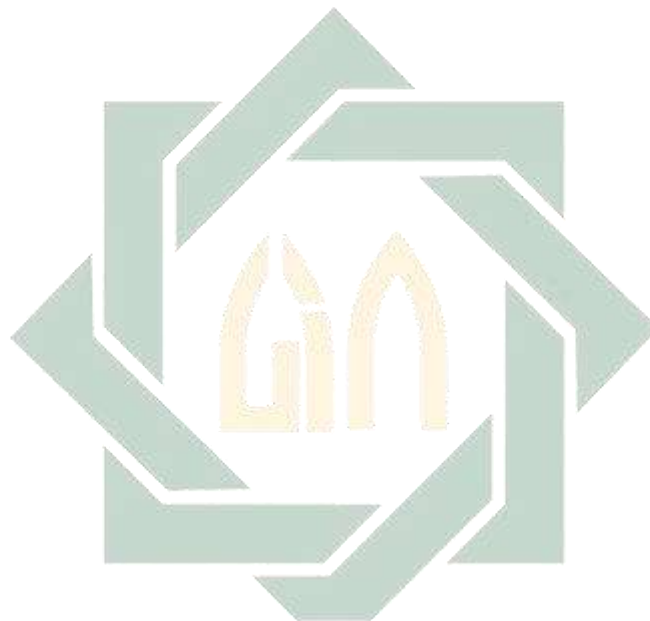
## DAFTAR GAMBAR

|                                              |           |
|----------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....</b> | <b>50</b> |
|----------------------------------------------|-----------|



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....                                  | 159 |
| Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....                               | 165 |
| Lampiran 3 Biodata Diri .....                                        | 167 |
| Lampiran 4 Surat Izin Penelitian Bank Muamalat KCU Darmo Surabaya    | 168 |
| Lampiran 5 Surat Izin Penelitian PT Labbaika Cipta Imani.....        | 169 |
| Lampiran 6 Surat Izin Penelitian PT Nurul Hayat .....                | 170 |
| Lampiran 7 Surat Izin Penelitian Biro Haji dan Umrah Arminareka..... | 171 |



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Afriana, A., Karsona, A. M., & Putri, S. A. (2020). Kemitraan Dalam Perspektif Persaingan Usaha Dan Penyelesaian Sengketa. *Acta Diurnal Jurnal Ilmu Hukum Kenotariatan Dan Ke-PPAT-An*, 4(1), 1–17. <https://doi.org/10.23920/acta.v4i1.359>

Al-Asrory. (2020). *Strategi Kemitraan Bidang Enterpreneur Di Pesantren Riyadhl Jannah Pacet Mojokerto*. 2, 1–9.

Angelina, D. (2021). *Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Metro Tahun 1443 H / 2021 M Institut Agama Islam Negeri ( Iain ) Metro*.

Arafah, A., Anggraini, D., & Kinanti, S. C. (2024). Implementasi Prinsip-Prinsip Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 186. <https://doi.org/10.30821/se.v0i2.19709>

Barokah, I. dan L. B. (2025). *Marketing Terhadap Keputusan Nasabah*. 10(204), 1204–1211.

Darsana dkk. (2021). Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 1, Issue 0).

Elliyana dkk. (2020). *Dasar-Dasar Pemasaran*.

Fazriah. (2025). Efektivitas Sistem Perizinan Operasional Secara Elektronik Pada Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (Pihk) Di Kementerian Agama Republik Indonesia Tahun 2024. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208%0Ahttp://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>

Fiantika Feny Rita, Anita Maharani, K. A. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin* (Vol. 11, Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAAJ&hl=en>

Hasan. (2020). *Sejarah Bank Muamalat Indonesia*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Philip Kotler*. Astromax Entertainment.

Lanjari, N. P. (2021). *Pada Pt . Shabilla Eraldo Cabang Bogor*. July 2020. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23800.06403>

Latifah dan Malika. (2019). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*.

Mohr dan Spekman. (1994). *Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques*. 15(2), 135–152.

- Mulyawati, A. (2020). Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk tabungan haji dan umroh pada bank muamalat indonesia kota metro tahun 2018. *Skripsi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*, 5–53.
- Munawar, W. (2025). *Partnership Strategies Between Village-Owned Enterprises And Islamic Financial Institutions In Increasing Islamic Financing For Rural Micro-.* 11(1), 1–14.
- Pratama, G. (2025). Analisis Pengembangan Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kcp Kota Metro. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.resenv.2025.100208%0Ahttp://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://>
- Pulungan, A. W. (2019). *Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan.* 1–96.
- Putri. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Pati. *Analisis Strategi Pemasaran Haji Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Pati.*
- Ratnaningsih, O. dan. (2019). Konsep Dasar dalam Pengumpulan data Penyajian Data. *Sats4213/Modul 1*, 1–45.
- Somantri, G. R. (2005). Memahami Metode Kualitatif. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D.* Alfabeta.
- Sula, M. S., & Kartajaya, H. (2006). *Syariah marketing.* Mizan pustaka.
- Syarifuddin, Mandey, T. (2022). Sejarah Pemasaran dan Strategi Bauran Pemasaran. In *Istana Agency.*
- Ubaidillah, M. I. (2023). Strategi Pelayanan Biro Haji dan Umrah dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Shafira Tour dan Travel Cabang Jember. *Maddah: Journal of Advanced Da'wah Management Research*, 2(2), 139–148. <https://doi.org/10.35719/maddah.v2i2.30>
- Wati, V. D., Tiarani, F., Aqilah, S., Kaka, M., & Abbas, S. (2025). Kemitraan Perbankan dan Fintech dalam Mendorong Inklusi Keuangan : Tinjauan Literatur. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 179–191.