

**PERAN STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

Nandita Adelya

20402050

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

HALAMAN JUDUL

**PERAN STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam (IAIN) Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program studi Sarjana Ekonomi

Oleh:

Nandita Adelya

20402050

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)**

Disusun Oleh:

NANDITA ADELYA

20402050

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Amrul Mutaqin, MEI.

NIP. 19760507 200801 1 013

Pembimbing II



Irfan Harmoko, MM.

NIP. 19850512 202012 1 007

NOTA DINAS

Kediri, 13 Januari 2025

Lampiran : 4 (Empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi
Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di Jalan Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nandita Adelya

NIM : 20402050

Judul : Persn Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi mahasiswa tersebut memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Stara Satu (S-1). Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah. Demikian harap maklum, dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Amrul Muragin, MEI.

NIP. 19760507 200801 1 013

Pembimbing II



Irfan Harmoko, MM.

NIP. 19850512 202012 1 007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 13 Januari 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di Jalan Sunan Ampel 07, Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

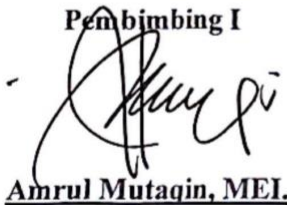
Nama : Nandita Adelya
NIM : 20402050
Judul : Peran Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang telah dilaksanakan pada tanggal 7 Januari 2025, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian harap maklum, dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Amrul Mutaqin, MEL.

NIP. 19760507 200801 1 013

Pembimbing II



Irfan Harmoko, MM.

NIP. 19850512 202012 1 007

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN HAJI
(Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)

NANDITA ADELYA

20402050

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Kediri Pada tanggal 7 Januari 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, MEI

NIP : 19810930 200901 2 008

()

2. Penguji 1

Amrul Mutagiqin, MEI

NIP : 19760507 200801 1 013

()

3. Penguji 2

Irfan Harmoko, MM

NIP : 19850512 202012 1 007

()

Kediri, 13 Januari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I

NIP : 19750101 199803 1 002

HALAMAN MOTTO

إِنْ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا
إِنْ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka, sesungguhnya, beserta kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

وَقُلْ اْعْمَلُوا فَسَيَكْفَرُ عَنْكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَيَدْنُو إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَإِنَّ بَيْنَ يَدَيْكُمْ إِِنَّ كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”

(QS. At-Taubah: 105)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dimulai dengan ucapan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Penguasa alam semesta, atas segala nikmat dan hidayah-Nya yang telah memungkinkan terselesaikannya penulisan skripsi ini dengan baik. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Karya skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Dengan penuh cinta dan rasa hormat, skripsi ini penulis dedikasikan kepada kedua orang tua yang tercinta. Terima kasih atas segala doa, dukungan dan pengorbanan yang tiada henti, yang telah menjadikan kekuatan utama bagi saya dalam melewati setiap tahapan ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan lahir dan batin, rezeki yang melimpah, selalu dalam lindungan Allah SWT, serta diberikannya panjang umur oleh Allah SWT.
2. Kepada kakak Erfita Fitri Risdyanawati S.Pd. seorang yang selalu saya jadikan motivasi. Terima kasih Mbak Fita atas ilmu yang engkau berikan atas segala dukunganserta doa-doa baiknya. Semoga selalu diberikan kesehatan, kelancaran rezeki, panjang umur serta selalu dalam lindungan Allah SWT.
3. Kepada yang terhormat dosen pembimbing Bapak Amrul Mutaqin, MEI dan Bapak Irfan Harmoko, MM yang telah mengarahkan serta membimbing penulis agar mengerjakan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen IAIN Kediri, khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tekah memberikan ilmu dan arahan selama saya berkuliah, semoga Bapak/Ibu mendapatkan rahmat dan kasih sayang Allah SWT.
5. Pihak BSI KC Jombang Cempaka Mas yang telah bersedia dan mengizinkan untuk melakukan penelitian skripsi. Sehingga saya dapat dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Untuk *best patner* Dwi Pramono yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini dengan senantiasa sabar, meluangkan sedikit waktunya serta memberikan saran dan solusi yang terbaik dalam keberlangsungan penulisan ini.
7. Kucing kesayangan saya Ciko, yang selalu menemani penulis dalam mengerjakan skripsi dan menjadi penghibur, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat seperjuangan saya, Dwi Susilowati, Ratri Pramudita, Vanisha Seftya Damayana, Nur Aini Naimah, Alfa Zulfida dan Grezya Madha yang telah memberikan semangat, menemani, saling bertukar pikiran, memberikan masukan dan solusi, menghibur dan mendoakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman angkatan 2020 prodi perbankan syariah yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan doanya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terakhir namun sangatlah penting dalam persembahan skripsi ini yaitu diri saya sendiri Nandita Adelya, terima kasih telah mampu dan berjuang menyelesaikan penulisan skripsi ini. Hal tersebut termasuk salah satu pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

ABSTRAK

NANDITA ADELYA, Dosen Pembimbing AMRUL MUTAQIN, MEI dan IRFAN HARMOKO, MM., Peran Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas), Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2024.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix 7P*, *Cross Selling*, Produk Tabungan Haji

Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabah. Perusahaan BSI KC Jombang Cempaka Mas ialah suatu perusahaan keuangan yang memiliki berbagai produk dan sudah sesuai dengan prinsip syariah islam. Salah satu produk unggulan di BSI KC Jombang Cempaka Mas ialah produk tabungan haji, yang diciptakan untuk para nasabah dalam mewujudkan impiannya untuk melaksanakan ibadah haji. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh BSI KC Jombang Cempaka Mas dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji dalam setiap tahunnya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif, dan jenis penelitian lapangan. Sumber data primer berasal dari observasi dan wawancara dengan *Branch Office Service Manager* (BOSM), *customer service*, nasabah dan satpam BSI KC Jombang Cempaka Mas. Sementara data sekunder diperoleh melalui buku, jurnal, website, dan hasil penelitian lainnya yang relevan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi, sementara itu untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BSI KC Jombang Cempaka Mas yaitu menggunakan strategi *marketing mix 7P* yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evedence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Selain itu BSI KC Jombang Cempaka Mas juga menggunakan strategi pemasaran *cross selling*. Peran dari strategi *marketing mix 7P* dan strategi *cross selling*, khususnya pada strategi promosi media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsApp*, dan *tiktok* yang telah sukses memberikan dampak positif yaitu dengan menjangkau semua kalangan masyarakat baik itu generasi muda, dewasa, dan lansia sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji dalam setiap tahunnya pada BSI KC Jombang Cempaka Mas. Kalangan yang sangat berkontribusi dalam peningkatan jumlah nasabah pada BSI KC Jombang Cempaka Mas khususnya pada produk tabungan haji ialah kalangan lansia dan dewasa. Dengan adanya peningkatan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya, BSI KC Jombang Cempaka Mas harus tetap mengembangkan strategi pemasarannya, konsisten dan membangun kepercayaan para nasabah.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)” dengan baik. Tak lupa, shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang syafaatnya selalu kita harapkan di hari akhir.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Secara khusus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Wahidul Anam, M. Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
3. Ibu Dr. Hj. Sulistyowati, SHI, M.E.I selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Binis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
4. Bapak Amrul Mutaqin, M.E.I dan Bapak Irfan Harmoko, M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan tenaga, waktu dan memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI selaku dosen wali yang telah mendampingi dan memberikan dorongan selama menempuh studi sarjana.

6. Segenap dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.
7. Kepala Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas beserta staff yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua saya dan keluarga yang telah memberikan semangat dan doa dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 prodi perbankan syariah dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan penulis semangat, motivasi, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan dari semua pihak yang telah memberikan bantuan mendapatkan balasan berupa pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis juga berharap agar karya tulis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca secara umum. Aamiin.

Kediri, 25 November 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Penelitian Terdahulu.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	20
A. Strategi Pemasaran.....	20
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	20
2. Strategi Pemasaran Bank Syariah.....	23
3. Tujuan dan Fungsi Strategi Pemasaran.....	26
4. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	27
B. Tabungan Haji.....	32
1. Pengertian Tabungan Haji.....	32
2. Konsep Pembiayaan Tabungan Haji.....	34
C. Nasabah.....	35
1. Pengertian Nasabah.....	35
2. Jenis-Jenis Nasabah.....	36
3. Peningkatan Nasabah.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39

B. Kehadiran Peneliti.....	39
C. Lokasi Penelitian.....	41
D. Data dan Sumber Data	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisa Data	44
G. Pengecekan Keabsahan Data	45
H. Tahapan Penelitian.....	46
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	48
A. Gambaran Umum.....	48
1. Sejarah Pendirian Bank Syariah Indonesia	48
2. Makna Logo Bank Syariah Indonesia	49
3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	50
4. Struktur Organisasi BSI KC Jombang Cempaka Mas.....	51
5. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia.....	55
6. Letak Geografis BSI KC Jombang Cempaka Mas.....	63
B. Paparan Data.....	64
1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas	64
2. Peran Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas	80
C. Temuan Penelitian	87
BAB V PEMBAHASAN.....	89
A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas	89
B. Peran Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jombang Cempaka Mas.....	103
BAB VI PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Bank Syariah di Indonesia yang Memiliki Produk Tabungan Haji	5
Tabel 1.2 Urutan Dana Penempatan Pemasukan Biaya Haji Terbesar di Indonesia	6
Tabel 1.3 Urutan Jumlah Nasabah Produk Tabungan di BSI KC Jombang Cempaka Mas Pada Tahun 2021-2023	9
Tabel 1.4 Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas Pada Tahun 2021-2023	11
Tabel 5.1 Jumlah Nasabah dan Kalangan Pengguna Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas Pada Tahun 2021-2023	110

DAFTAR GAMBAR

4.1 Logo Bank Syariah Indonesia	50
4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin Melakukan Observasi/Penelitian.....	122
Lampiran 2 : Surat Keterangan Telah Melakukan Observasi/Penelitian.....	123
Lampiran 3 : Pedoman Wawancara	124
Lampiran 4 : Dokumentasi Saat Melakukan Observasi dan Wawancara.....	127
Lampiran 5 : Daftar Konsultasi Skripsi.....	131
Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup.....	133