

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI PERMATA
BANK SYARIAH CABANG PEMBANTU JEPARA**



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Disusun Oleh:

NURUL KHOLIFATUN KHOFIFAH

NIM : 181420000246

NIRM : 18/X/17.1.3/0476

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NAHDHATUL ULAMA JEPARA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab saya, (Nurul Kholifatun Khofifah), NIM. 181420000246, NIRM. 18/X/17.1.3/0476 menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini:

1. Seluruhnya merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diterbitkan dalam bentuk dan untuk keperluan apapun;
2. Tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain kecuali informasi dalam referensi sebagai rujukan penulisan karya tulis ini dibuktikan dengan cek plagiasi sebagaimana terlampir.

Saya bersedia menerima sanksi dari Fakultas Syariah dan Hukum UNISNU Jepara apabila dikemudian hari ditemukan ketidakbenaran dari pernyataan ini.

Jepara, 13 April 2022

Penulis



Nurul Kholifatun Khofifah

NIM.181420000246

NOTA PEMBIMBING SKRIPSI

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UNISNU Jepara
Ditempat

Assalamu'alaikum wr, wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap skripsi yang ditulis oleh:

Nama : **Nurul Kholifatun Khofifah**
NIM : 181420000246
NIRM : 18/X/17.1.3/0476
Tempat, tgl. Lahir : Jepara, 12 April 2000
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum
Judul : **Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Di Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara**

Kami memandang bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syariah dan Hukum UNISNU Jepara untuk diujikan dalam Ujian Skripsi/*Munaqasah*.

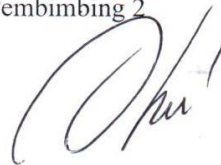
Wassalamu'alaikum wr, wb

Jepara, 13 April 2022
Pembimbing 1



Dr. Wahidullah, S.H.I., M.H.
NIY. 2 730306 14 153

Jepara, 13 April 2022
Pembimbing 2



Ahmad Fauzan Mubarak, S.E., M.Sy
NIY. 2 860 510 12 079



UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA' JEPARA

FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

● Prodi Hukum Keluarga Islam
Terakreditasi B No. : 6045/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020

● Prodi Perbankan Syariah
Terakreditasi B No:13867/SK/BAN-PT/Ak-PP/JS/XII/2021

Alamat : Jalan Taman Siswa (Pekeng) no.: 09 Tahunan Jepara 59427 Telp/Fax.: (0291) 593132/085640019811
http://www.syariah.unisnu.ac.id; email : syariah@unisnu.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama : Nurul Kholifatun Khofifah
NIM : 181420000246
NIRM : 18/X/17.I.3/0476
Tempat, Tgl. Lahir : Jepara, 12 April 2000
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum
Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI
PERMATA BANK SYARIAH CABANG PEMBANTU
JEPARA

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara dan dinyatakan **LULUS**, pada tanggal :

Rabu, 20 April 2022

dan dapat diterima sebagai kelengkapan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
(S.1) Program Studi Perbankan Syariah

Jepara, 20 April 2022

Dewan Sidang,

Ketua Sidang

H. Miswan Ansori, S.E., M.B.A.
NIY. 4 800817 15 187



Sekretaris Sidang

Faiqul Hazmi, S.E.I., M.E.Sy
NIY. 4 840107 15 186

Penguji I

H. Miswan Ansori, S.E., M.B.A.
NIY. 4 800817 15 187

Penguji II

**Dr. Mayadina Rohmi Musfiroh, S.H.I.,
M.A.**
NIY. 2 791201 09 057

Pembimbing I

Dr. Wahidullah, S.H.I., M.H.
NIY. 2 730306 14 153

Pembimbing II

Ahmad Fauzan Mubarak, S.E., M.Sy
NIY. 2 860510 12 079

TRANSLITERASI

1. Konsonan

| No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan |
| 2 | ب | b |
| 3 | ت | t |
| 4 | ث | ṣ |
| 5 | ج | j |
| 6 | ح | h |
| 7 | خ | kh |
| 8 | د | d |
| 9 | ذ | ḏ |
| 10 | ر | r |
| 11 | ز | z |
| 12 | س | s |
| 13 | ش | sy |
| 14 | ص | ṣ |
| 15 | ض | ḏ |

| No | Arab | Latin |
|----|------|-------|
| 16 | ط | ṭ |
| 17 | ظ | ẓ |
| 18 | ع | ‘ |
| 19 | غ | f |
| 20 | ف | q |
| 21 | ق | k |
| 21 | ك | l |
| 22 | ل | m |
| 23 | م | n |
| 24 | ن | w |
| 25 | و | h |
| 26 | ه | ’ |
| 27 | ء | ṣ |
| 28 | ي | y |

2. Vokal Pendek

..َ .. = a كَتَبَ kataba

..ِ .. = i سَيْلٌ suila

3. Vokal Panjang

قَالَ .. = a

قِيلَ .. = i

4. Diftong

أَيُّ = ai كَيْفَ kaifa

أَوْ = au هَاؤُل haula

Catatan :

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qomariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks arabnya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya yang telah diberikan, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI PERMATA BANK SYARIAH CABANG PEMBANTU JEPARA”. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S.1) pada jurusan Perbankan Syari’ah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan tugas akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang tua saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
2. Bapak Dr.Sa’dullah Assa’idi,M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.
3. Ibu Dr. Mayadina Rohmi Musfiroh,S.H.I., M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.
4. Bapak Hudi S.H.I., selaku Wakil Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.
5. Bapak H. Miswan Ansori, S.E., M.B.A. selaku Kaprodi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Nahdhatul Ulama Jepara.
6. Bapak Dr. Waidullah, S.H.I., M.H. selaku pembimbing I dan Bapak Ahmad Fauzan Mubarak, S.E., M.Sy. selaku pembimbing II, yang telah memberikan

bimbingan dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Kepada TU dan Staff Fakultas Syariah dan Hukum yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas skripsi ini.
8. Para Pegawai Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara yang telah membantu dan memberikan data yang diperlukan dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu kritik dan saran yang sangat membangun sangat penulis harapkan

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Jepara, 13 April 2022

Penulis,

Nurul Kholifatun Khofifah

NIM.181420000246

MOTTO

“Percayalah pada dirimu sendiri dan ketahuilah bahwa ada sesuatu di dalam dirimu yang lebih besar dari pada rintangan apapun”

(Christian D. Larson)

ABSTRAK

| | |
|---------------|--|
| Judul | : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI PERMATA BANK SYARIAH CABANG PEMBANTU JEPARA |
| Penulis | : Nurul Kholifatun Khofifah |
| NIM | : 181420000246 |
| Prodi | : Perbankan Syariah |
| Pembimbing I | : Dr. Wahidullah, S.H.I., M.H. |
| Pembimbing II | : Ahmad Fauzan Mubarak, S.E., S.y |
| Penguji I | : H. Miswan Ansori, S.E., M.B.A. |
| Penguji II | : Dr. Mayadina Rohmi Musfiroh, S.H.I., |
| Tanggal Ujian | : 20 April 2022 |

Penelitian ini di latar belakang oleh strategi pemasaran produk tabungan haji, salah satunya strategi pemasaran produk tabungan haji di jepara. Tabungan haji merupakan simpanan yang dititipkan kepada pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara pada produk tabungan haji dalam memenuhi target pemasaran pada produk tabungan haji Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara, dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa *pertama*, strategi pemasaran produk tabungan haji di Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara menggunakan Bauran pemasaran (*marketing mix*) (7P) yaitu (a). produk (*product*), penciptaan branding haji impian nasabah dengan menggunakan akad mudharabah mutlaqah. (b). harga (*price*), skema pembukaan rekening tabungan haji lebih ringan Rp. 250.000,00 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,00 dengan. (c). tempat (*place*), dengan cara memilih lokasi tempat yang strategis. dan (d). promosi (*promotion*), dengan memperluas jaringan nasabah, brosur-brosur, dan pemberian souvenir eksklusif bagi nasabah. (e). orang (*people*) memberikan pelayanan yang ramah, mudah, cepat (f). Bukti fisik (*physical evidence*), memberikan bukti fisik berupa slip, buku tabungan, dan kartu ATM kepada nasabah. (g). Proses (*procces*), memberikan pelayanan yang cepat. *Kedua*, Target Pemasaran, Perkembangan jumlah nasabah tabungan haji pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun dalam hal pemenuhan target masih belum terpenuhi. Hal ini terjadi karena masalah finansial dari masyarakat yaitu masalah biaya mengingat tidak semua masyarakat Indonesia memiliki kemampuan untuk menunaikan ibadah haji.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Tabungan Haji

ABSTRACT

Title : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI PERMATA BANK SYARIAH CABANG PEMBANTU JEPARA
Writer : Nurul Kholifatun Khofifah
NIM : 181420000246
Study Program : s
Mentor I : Dr. Wahidullah, S.H.I., M.H.
Mentor II : Ahmad Fauzan Mubarok, S.E., S.y
Examiner I : H. Miswan Ansori, S.E., M.B.A.
Examiner II : Dr. Mayadina Rohmi Musfiroh, S.H.I.,
Exam Date : 20 April 2022

This research is motivated by the marketing strategy of Hajj savings products, one of which is the marketing strategy of Hajj savings products in Jepara. Hajj savings are deposits that are deposited with third parties whose withdrawals can only be made when the customer is about to perform the pilgrimage.

The purpose of this study was to find out the marketing strategy carried out by Permata Bank Syariah Sub-Branch Jepara for Hajj savings products in meeting marketing targets for Hajj savings products at Permata Bank Syariah Sub-Branch Jepara, using primary and secondary data sources with interview, observation and documentation techniques. .

The results of this study found that first, the marketing strategy for Hajj savings products at Permata Bank Syariah Sub-Branch Jepara uses the marketing mix (7P), namely (a). product, the creation of the customer's dream Hajj branding by using the mudharabah mutlaqah contract. (b). price, the scheme for opening a Hajj savings account is Rp. 250,000.00 and a minimum deposit of Rp. 50.000,00 with. (c). place, by choosing a strategic location. and D). promotion, by expanding the customer network, brochures, and providing exclusive souvenirs for customers. (e). people (people) provide friendly, easy, fast service (f). Physical evidence, providing physical evidence in the form of slips, savings books, and ATM cards to customers. (g). Processes provide fast service. Second, Marketing Target, The development of the number of Hajj savings customers in 2019-2021 has increased every year, but in terms of meeting the target, it has not been met. This happens because of financial problems from the community, namely the problem of costs considering that not all Indonesian people have the ability to perform the pilgrimage

Keywords: Strategy, Marketing, Hajj Saving

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | ii |
| NOTA PEMBIMBING SKRIPSI | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | iv |
| TRANSLITERASI..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| MOTTO | viii |
| ABSTRAK..... | ix |
| <i>ABSTRAK</i> | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 7 |
| D. Kajian Pustaka..... | 8 |
| E. Kerangka Teori | 18 |
| F. Metode Penelitian..... | 27 |
| G. Sistematika Pembahasan | 31 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 33 |
| A. Strategi Pemasaran | 33 |
| 1. Definisi Strategi | 33 |
| 2. Definisi Pemasaran..... | 36 |
| 3. Konsep – konsep Pemasaran..... | 39 |
| 4. Strategi Pemasaran | 41 |
| 5. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 43 |
| B. Produk Tabungan Haji | 50 |
| 1. Definisi Produk | 50 |
| 2. Definisi Tabungan | 52 |
| 3. Definisi Haji | 53 |
| 4. Definisi Tabungan Haji..... | 55 |

| | |
|--|----|
| BAB III DATA PENELITIAN | 56 |
| A. Profil Lembaga..... | 56 |
| 1. Sejarah | 56 |
| 2. Visi misi | 58 |
| 3. Struktur Kepegawaian..... | 59 |
| 4. Tugas dan Wewenang | 59 |
| B. Data Khusus | 61 |
| 1. Macam-Macam Produk Permata Bank Syariah | 61 |
| 2. Persyaratan pembukaan Tabungan Haji dan Pendaftaran Haji | 66 |
| BAB IV ANALISIS DATA | 68 |
| A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara dalam memenuhi target perusahaan..... | 68 |
| B. Target dan Jumlah Nasabah Tabungan Haji di Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara | 77 |
| BAB V PENUTUP | 80 |
| A. Kesimpulan | 80 |
| B. Saran | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 83 |
| LAMPIRAN..... | 87 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 89 |

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1. Perbandingan presentase Jumlah Nasabah Tabungan Haji Permata Bank Syariah dan Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Jepara, 7.
- Tabel 1.2. Target dan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara, 77.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Persyaratan Pembukaan Tabungan Haji dan Pendaftaran Haji Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara, 89.
- Gambar 2.2 Wawancara Dengan karyawan Permata Bank Syariah Cabang Pembantu Jepara, 90.