

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN BAROKAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK JATIM
SYARIAH KC SURABAYA”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Siti Hanan

NIM: 20151553039

PROGRAM STUDI S.1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2019

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN BAROKAH
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK JATIM
SYARIAH KC SURABAYA”**

SKRIPSI

**Ditujukan Kepada Universitas Muhammadiyah Surabaya Untuk memenuhi
Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan Studi Pendidikan Sarjana Stara
Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah**



Disusun Oleh:

Siti Hanan

NIM: 20151553039

PROGRAM STUDI S.1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2019

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Siti Hanan
NIM : 20151553039
Fakultas / Prodi : Fakultas Agama Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Barokah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 15 Juli 2019

Saya yang menyatakan,

Siti Hanan

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh:

Nama : Siti Hanan
NIM : 20151553039
Fakultas / Prodi : Fakultas Agama Islam / Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Marketing Produk Tabungan Brokah
Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Jatim
Syariah KC Surabaya

Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 11 Juli 2019

Pembimbing I



Abdul Wahab, M.E.I.

Pembimbing II



Abdul Mujib M.M

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Rukhul Amin, M.S.I

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Siti Hanan ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Perbankan Syariah pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Juli 2019

Tempat : Gedung At-Tauhid Tower Lt. 6 UM Surabaya

Telah diterima sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Tim Penguji Skripsi,

Ketua Penguji,

Penguji I,

Penguji II,

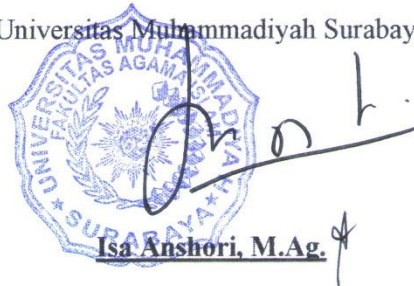


(Abdul Wahab, M.EI) (Haqiqi Rafsanjani, M.SEI) (M. Nasyah Agus Saputa, M.EI)

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Surabaya



Isa Anshori, M.Ag.

KATA PENGANTAR

Bimillahirrohmanirrohiim

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam kami panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan bagi ummat manusia.

Penyusunan skripsi yang berjudul analisis strategi marketing produk tabungan barokah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya yang disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Peneliti sadar bahwa dalam penyusunan penulisan skripsi ini telah banyak piha-pihak lain yang memberi bantuan baik langsung maupun tidak langsung, baik berupa tenaga, fikiran dan do'a, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. dr. Sukadiono, MM, Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Isa Anshori, M.Ag, Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Rukhul Amin, M.S.I, Selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah.

4. Abdul Wahab, M.E.I dan Abdul Mujub M.M, selaku Pembimbing yang telah sabar membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen serta seluruh civitas akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya yang sudaah dengan ikhlas telah memberikan ilmunya untuk menjadi bekal pengetahuan kepada penulis.
6. Bapak, ibu, saudara dan semua keluarga yang telah bersabar membantu saya dengan penuh keikhlasan berupa do'a, dukungan.
7. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2015, yang saling suport satu sama lain untuk menuju kesuksesan bersama.

“Jazakumullah khairan katsiran wa jaza kumullah Ahsanal Jaza”.Penulis sendiri menyadari bahwa masih banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan untuk menerima kritikan dan saran demi membangun sesuatu yang lebih baik lagi dalam skripsi ini.Dan semoga skripsi ini bisa berguna bagi semua pihak yang membacanya, baik bagi almamater, masyarakat dan bagi semua orang pada umumnya.

Surabaya, 12 Juli 2019

Penulis

Siti Hanan
20151553039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMABAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
TRANSLITERASI.....	xvii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Definisi Oprasional	12

G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II: LANDASAN TEORI	14
A. Marketing Pemasaran.....	14
1. Pengrtian Strategi (Marketing) Pemasaran	14
2. Macam-macam Strategi (Marketing) Pemasaran.....	17
3. Konsep Pemasaran	19
4. Langkah-Ingkah Strategi Pemasaran.....	21
5. Kebijakan pemasaran	22
6. Etika Dalam Pemasaran Islam	25
7. Tujuan Pemasaran	26
8. Manfaat Strategi Pemasaran.....	27
B. Bank Syariah.....	28
1. Pengertian Bank Syariah	28
2. Produk Bank Syariah.....	29
a. Produk Penghimpun Dana Masyarakat (<i>Funding</i>).....	29
b. Produk Penyaluran Dana Masyarakat (<i>Financing</i>).....	33
c. Produk Pelayanan Jasa (<i>Free Based Income Product</i>)	39
BAB III: METODE PENELITIAN	41
A. Metode Penelitian.....	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Objek Penelitian	42
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43

F. Teknik Analisi Data	45
BAB IV: PAPARAN DATA DAN ANALISIS DATA	48
A. Paparan Data	48
1. Sejarah Berdirinya Bank Jatim Syariah	48
2. Visi dan Misi	49
3. Maksud dan Tujuan Bank Jatim Syariah	50
4. Struktur Organisasi.....	53
5. Produk-produk Bank Jatim Syariah	55
B. Analisis Data	59
1. Strategi Markting Produk Tabungan Barokah Pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya	59
2. Analisis Strategi Markting Produk Tabungan Barokah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Jatim Syariah KC Surabaya.....	62
BAB V: PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penghimpunan Dana	5
Tabel 1.2. Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.1. Perbedaan Penjualan Dengan Pemasaran	16
Tabel 2.2. Perbedaan <i>Promotion</i> dan <i>Advertising</i>	25
Tabel 2.3. Perbedaan <i>Salam</i> dan <i>Istisnha'</i>	36
Tabel 4.1. Infomasi Tabungan Barokah.....	63
Tabel 4.2. Persentase Produk Tabungan Barokah.....	63
Tabel 4.3. Perbedaan <i>Promotion</i> dan <i>Advertising</i> Bank Jatim Syariah	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Struktur Organisasi Kantor Bank Jatim Syariah Surabaya

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto wawancara dengan Marketing Funding	
Lampiran 2 Contoh gambar Advertisi.....	
Lampiran 3 Struktur Organisasi	
Lampiran 4 Panduan wawancara	
Lampiran 5 Surat permohonan izin penelitian skripsi	
Lampiran 6 Surat persetujuan izin Penelitian	

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B, & Ahmad,B.S., *Metode Penelitian Ekonomi Islam*,(Bandung, Pustaka Setia, 2014)
- Abuznaid., *Business Ethics in Islam:The Glaring Gapin Practice*, Intrnational Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 2No.4, 2009,
- Arifin, Zainul., *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabet,2002)
- Asnawi, N & Asnan,M.F., *pemasaran Syariah Teori, Folisofi dan isu-isu Kontemporer*, (Depok:Rajagrafindo Persada,2017)
- Assuari, Sofyan., *Manajemen Pemasaran, Dasar konsep dan strategi*, (Jakarta: Grafindo persada, 2007)
- Bungin, Burhan., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015),
- Dewan Syariah Nasional Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro
- Eka, F.W, “*Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang sampang cilacap* (skripsi- institut agama islam negri (IAIN) Purwokerto 2017),
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis data*,(Jakarta: Rajawali Pers,2010)
- Fitri, D.R., “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Simpanan di BMT EL-LABANA SEMARNG dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif*” (Skripsi- universitas islam negri walisongo semarang tahun 2015),

- Hasim, Muhammad., *Islamic Perception of Business Ethics and The Impact of Secular Thoughts on Islamic Business Ethics*, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, March, Vol.2, No.3 2012,
- Huda, Nurul., *Pemasaran Syariah Teori & Aplikasi*, (Depok:Kencana, 2017)
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2015)
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI)., *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta;Gramedia Pustaka Utama,2014)
- Imam,S.W., *Manajemen Pemasaran Bank*,(Surabaya; Graha Ilmu,2009)
- Karim, Adiwarmanto., *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuanagn* (Jakarta; RajaGrafindo Persada,2007)
- Kasmir., *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)
- Kasmir., *Pemasaran Bank*,(Jakarta:Kencana,2005)
- Kertajaya, H.& Syakir,M.S., *Syariah Marketing*, (Bandung, Mizan,2006)
- Kotler, Philip. AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000)
- Mervyn, K.L, & Latifa, M, A. *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, (Jakarta: Seramb Ilmu Semesta, 2003)
- Muhammad., *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada,2015)
- Muhammad., *Model-Model Akad Pembiayaan di Bank Syariah*,(Yogyakarta: UII Press, 2009)
- Mursid, M., *ManajemenPemasaran*, (Jakarta;Bumi Askara, 2006)

- Noor, Juliasyah., *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai, dan Karya Ilmiah*, Edisi Pertama, Jakarta : Kencana, Cet, Ke-1, 2011
- Novinawati., *Produk perbankan Syariah*, FITRAH Vol. 08 No. 2 Juli-Desember 2014,
- Nur, M.R.A., *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Pauji, A. & Kholil, M.N & Hakiem, H., *Strategi Pemasaran Funding Officer dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*, di BPRS Amanah Ummah, AL-INFAQ: Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 No. 2, September 2015 pp.379-429 Penerbit: Program Studi Ekonomi Syariah FAI-UIKA Bogor,
- Perwataatmadja, K & Safi'ie, M.A., *Apa dan bagaimana bank islam*,(Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf,1997)
- Prapti, E.L., *Penerapan strategik Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Yogayakarta: Graha Ilmu, 2011)
- Sabiq, Sayyid., *Fiqih Sunnah*, terjemahan jilid 13, (Bandung; Al-maarif,1997)
- Saed, Abdullah., *Bank Islam dan Bunga*, Studi Kritis Larangan Riba Interpretasi Kontemporer (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2008)
- Soemitra, Andr.i, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*,(Jakarta: Kencana,2019)
- Sudarsono, Heri., *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*,(Yogyakarta: Ekonisisa,2015)
- Sugono, Dendy., *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Naional,2008)
- Sujarweni, Wiratna., *Metodologi Penelitian*,(Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2014)

Suyanto, M., *Strategi Marketing Top Brand Indonesia*,(yogyakarta; Andi Offset,2007),

Tjipto, Fandy., *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)

Trout, Jack., *Jack Trout On Strategy*, (McGraw-Hill Education, 2015)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Utomo,U'ut “*Analisis Penerapan Strategi Marketing Funding Pada KSPPS BMT Tumang cabang solo*” (skripsi- institut agama islam negeri surakarta 2017),

Wiroso., *Produk Perbankan Syariah*,(Jakarta: LPFE Usakati, 2011)

Yasin, Sulchan., *Kamus lengkap bahasa Indonesia*,(jakarta: Putra Karya,1998)

Yoga, S.A.,” *Strategi Pemasaran Produk Funding di Bank Muamalat Cabang Pembantu Magelang*”(Skripsi- institut agama islam negeri (IAIN) 2016),