

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN AKAD MUDHARABAH
DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP KEPANJEN**

SKRIPSI

**DI AJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA**



Di Susun Oleh :
REVI ULFATUL JANNAH
NIM : 201764310002

**UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi pemasaran produk tabungan akad mudhorobah
di Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen

Disusun Oleh : Revi Ulfatul Jannah

NIM : 201764310002

Prodi : Perbankan Syariah

Telah diperiksa distujui untuk dipertahankan di depan tim penguji
Malang, 1 September 2021

Mengetahui dan Menyetujui



Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Prayogi Restia Saputra, S.IP, MM
NIDN:0711048003

Yuliyanti M. Manan, S.E.I, M.Si
NIDN.0719078201

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH, FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS, UNIVERSITAS ISLAM RADEN RAHMAT MALANG, PADA:

HARI : SABTU

TANGGAL : 21 AGUSTUS 2021

JUDUL : Strategi pemasaran produk tabungan akad mudhorobah di Bank

Syariah Indonesia KCP Kepanjen

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI



(Abdillah Ubaidi, S.E., M.M.)

PENGUJI UTAMA



Yuliyanti M. Manan, S.E.I., M.Si



Muhammad Romli Muar S.Ag., M.HI

MENGESAHKAN

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Raden Rahmat Malang

Dekan,



M. Yusuf Azwar Anas S.E., M.M
NIDN. 0713047901

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 yang berbunyi : lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelaar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan pidana denda paling banyak Rp. 200.000,00 (dua ratus juta rupiah)

Malang 1 September 2021

Yang menyatakan,



REVI ULFATUL JANNAH

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini selesai atas ridho dari Sang Maha Pencipta ALLAH SWT, dan saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, dan kemudahan dalam melakukan penulisan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tuaku tercinta yang selalu memberikan motivasi dan do'a terimakasih atas semua yang telah diberikan. Semoga saya bisa membuat mereka bahagia.
3. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Raden Rahmad Malang yang selalu membimbing dan mengajarkan saya banyak ilmu sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Sahabat-sahabat saya Fi'ika Tiasari dan Alfiyatul Karomah , yang selalu menemani saya. Serta teman-teman Ekonomi dan Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 semuanya yang membantu proses terselesaikannya skripsi ini berlangsung hingga akhir

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

ABSTRAK

Revi Ulfatul Jannah.2021.Strategi Pemasaran Produk Tabungan Akad Mudharabahdi Bank Syariah Indonesia Kcp Kepanjen (Pembimbing: Yuliyanti M. Manan,S.E.I,M.SI

Pemasaran merupakan salah satu faktor terpenting bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dalam menghadapi persaingan yang ketat dalam dunia perbankan. Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen juga menerapkan strategi pemasaran untuk menjual produknya. Salah satu produk Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen adalah tabungan mudharabah. Tabungan Mudharabah adalah produk simpanan yang menggunakan akad mudharabah, dimana bank bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) untuk mengalokasikan uang dari nasabah/pemilik (shahibul maal) untuk membiayai usaha. Selain itu, tabungan mudharabah juga memiliki bagi hasil dan biaya administrasi yang relatif rendah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan akad mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data primer dan sekunder dengan teknik wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen dengan menentukan strategi segmentasi, *positioning*, dan *targeting*. Adapun penerapan dalam memasarkan produk tabungan mudharabah secara umum menggunakan teori marketing mix empat (4P) yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen meliputi periklanan lewat media sosial,sebar brosur,dan informasi dari masyarakat dan langsung dari mulut ke mulut. Dengan bauran pemasaran Tabungan Mudharabah di harapkan masyarakat lebih mengenal produk dari Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.

Kata kunci: Strategi , Bauran pemasaran, Produk tabungan

UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT. Dan tak lupa sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul: Strategi pemasaran produk tabungan akad mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP kepanjen

Tujuan penulis menyelesaikan skripsi ini adalah sebagai syarat memperoleh gelar sarjana dari Universitas Islam Raden Rahmat Malang, sekaligus untuk menambah wawasan bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca. Namun, dalam penyelesaian penulisan ini, tentunya tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan semangat dari berbagai pihak walaupun banyak sekali ditemui hambatan dan kesulitan dalam prosesnya.

Sehubungan dengan ini, penulis menyampaikan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak K.H Drs.Imron Rosyadi Hamid, SE. M.Si. Selaku Rektor Universitas Islam Raden Rahmat Malang
2. Bapak Yusuf azwar anas, SE, M.M Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis
3. Bapak Prayogi Restia Saputra, S.IP., MM. Selaku Kaprodi Perbankan Syariah
4. Ibu Yuliyanti M. Manan M.S.I Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan seluruh tenaga dan pikiran untuk membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Universitas Islam Raden Rahmat Malang yang sudah memberikan dedikasinya untuk menyalurkan ilmu dan motivasi selama perkuliahan.

6. Kedua orang tua tercinta yang tidak pernah lelah memberi dukungan, semangat beserta doa.
7. Teman-teman seperjuangan dan teman-teman yang lain yang telah memberikan banyak bantuan dan selalu memotivasi dalam memperlancar penulisan skripsi ini.

Malang, 1 September 2021

Penulis



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	14
2.1.1 Definisi Bank Syariah	
2.1.2 Definisi Tabungan	14
2.1.3 Pengertian Strategi	14
2.1.4 Pengertian Pemasaran	15
2.1.5 Pengertian Strategi Pemasaran	16
2.1.6 Marketing Mix	18
2.1.7 Poduk Mudharabah.....	19
a. Pengertian Produk.....	20
b. Pengertian Mudharabah.....	22

c. Jenis-jenis mudharabah.....	23
--------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Fokus Penelitian.....	23
3.4 Sumber Data	23
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Instrumen Penelitian.....	25
3.7 Teknik Analisis Data	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.....	27
4.1.2 Sejarah berdirinya Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen	28
4.1.3 Visi Misi Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.....	29
4.1.4 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.....	30
4.1.5 Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.....	32
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	38
4.2.1Strategi Pemasaran Produk Mudharabah Di BSI KCP Kepanjen	40

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA	60
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan syariah merupakan sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit bisnis usahanya, termasuk organisasi bisnis, serta proses dan tata cara pelaksanaan kegiatan usaha (UU No. 2008). Bank Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum Syariah. Hal ini didasarkan pada hukum Syariah yang ditetapkan oleh lembaga yang memiliki kekuatan untuk menyebarkan hukum Syariah dalam bidang hukum Syariah. Bank Syariah memiliki karakteristik universal yang melekat pada perbankan, yaitu industri yang sangat teregulasi dan industri yang berbasis kepercayaan. Sistem Bank Syariah di Indonesia menganut prinsip bagi hasil, menekankan nilai satuan dan ukhuwah, serta menghindari faktor spekulatif dalam segala transaksinya (Alamsyah, 2010). Industri yang sangat teregulasi dan andal. Sistem Bank Syariah yang ada di Indonesia menganut prinsip bagi hasil, mengutamakan nilai satuan dan ukhuwah dalam setiap transaksinya untuk menghindari faktor spekulatif (Alamsyah, 2010).

Industri perbankan syariah yang ada di Indonesia mengalami perkembangan yang berbeda dengan perekonomian nasional. Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada undang-undang (UU) yang dikeluarkan oleh pemerintah dan kebijakan yang dikeluarkan oleh perbankan. Salah satu landasan awal perkembangan perbankan syariah adalah UU Perbankan Syariah. 21 Tahun 2008, diundangkan pada tanggal 16 Juli 2008. Dan undang-undang ini meletakkan

kokoh. Mempromosikan Industri dengan pertumbuhan tercepat. Sejauh ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mempercepat pengembangan industri perbankan syariah Indonesia, membangun industri perbankan syariah yang sehat dan berkelanjutan, serta secara aktif mendukung pembangunan ekonomi berkualitas tinggi.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia, resmi dibuka tanggal 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia dibentuk dari penggabungan tiga bank syariah, yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM) dan PT Bank BNI Syariah (BNI). Kebijakan *revolusioner* pemerintah menggabungkan tiga bank syariah harus memberikan pilihan baru bagi masyarakat untuk lembaga keuangan dan merangsang perekonomian nasional. Sebelumnya, Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) resmi mengumumkan pada 12 Oktober 2020 bahwa proses penggabungan tiga bank umum syariah dengan anak perusahaan bank milik negara telah dimulai dan diharapkan selesai pada Februari 2021. Menteri BUMN Erick Thohir menyampaikan pertimbangannya untuk mendorong proses merger. Pemerintah memperkirakan tingkat penetrasi bank syariah di Indonesia jauh tertinggal dari bank tradisional. Dengan merger tersebut dapat menjadi peluang bagi sebuah negara mayoritas Muslim dengan bank-bank Muslim yang kuat. Bahkan, Presiden Joko Widodo kembali menegaskan bahwa pendirian bank syariah merupakan salah satu upaya pemerintah untuk memperkuat industri Keuangan Islam Indonesia (cnbcindonesia.com, 26 Januari 2021).

Tujuan merger bank syariah adalah untuk mendorong bank syariah besar masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah Indonesia. Selain itu, merger bank syariah dinilai lebih efisien dari segi permodalan, operasional, dan biaya. Diharapkan melalui merger bank

syariah, sektor perbankan syariah akan terus tumbuh dan menjadi mesin baru. perekonomian nasional, serta menjadi bank BUMN yang bersaing dan diuntungkan oleh bank-bank BUMN lainnya. Aset besar ini dapat digunakan untuk peningkatan kapasitas guna mendukung pembiayaan. Pilar-pilar yang mendukung Bank Syariah Indonesia dalam penyediaan produk yang berdaya saing adalah pelayanan prima yaitu produk yang *inovatif*, jaringan yang luas, sumber daya manusia yang kompeten, sistem IT yang handal dan permodalan yang solid (Republik, 1 Februari 2021). Berdasarkan hasil awal dan optimisme semua pihak, kedatangan BSI diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam mendukung pembangunan ekonomi dan peningkatan taraf hidup masyarakat. Penggabungan tersebut diharapkan dapat meningkatkan pangsa pasar ekonomi syariah Indonesia yang saat ini baru mencapai 9,68%. Kontribusi Bank Islam Baru adalah sekitar 6,81%. Mengingat jumlah penduduk muslim sudah mencapai kurang lebih 229 juta dari total penduduk Indonesia yang 270 juta jiwa, hal ini sangat ironis. Oleh karena itu, sudah saatnya menjadikan potensi dan pertumbuhan ekonomi syariah menjadi potensi ekonomi dan ekonomi yang sangat besar. Secara garis besar, perbankan syariah diartikan sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat dan disalurkan kepada masyarakat. Selain itu, bank juga menyediakan jasa keuangan dan pembayaran keuangan lainnya kepada masyarakat. Produk-produk Bank Syariah menggunakan sistem prinsip bagi hasil dalam segala aktivitasnya. Bank melakukan berbagai upaya untuk mendapatkan modal, salah satunya dengan menambah jumlah nasabah. Semakin maju sektor perbankan suatu negara, maka semakin ketat pula persaingan antar bank, yang akan berdampak positif bagi sektor perbankan. produk perbankan. Dengan beragamnya. Produk baru dan ide-ide inovatif, bank terikat untuk menampilkan keunggulan produk mereka dan menarik

perhatian publik. Saat menawarkan produk, ada persaingan antar bank syariah, sehingga ada permintaan. Menjadi strategi pemasaran bank-bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengerti dan tertarik untuk menggunakan produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhannya, selain itu perlu mengkaji dan merumuskan strategi pemasaran berdasarkan evolusi pasar dan lingkungan pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus mampu menawarkan citra yang jelas. Apa yang harus dilakukan untuk memanfaatkan setiap peluang di pasar sebagai sasaran. Strategi adalah seperangkat rencana besar yang menggambarkan bagaimana bisnis harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.

Menurut William J. Stanton (2007:18), Strategi pemasaran adalah suatu sistem yang mencakup semua tujuan perencanaan dan penetapan harga suatu produk untuk memasarkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan pembeli aktual dan potensial. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, persaingan dan kondisi lingkungan akan selalu berubah. Sebelum sebuah bisnis dapat menggunakan strategi pemasaran, terlebih dahulu harus memeriksa kondisi pasar dan menilai posisinya di pasar, Tujuannya adalah menentukan aktivitas pemasaran mana yang cocok untuk diaplikasikan. Strategi pemasaran merupakan cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus dirumuskan ketika menjalankan bisnis yang mencakup beberapa hal seperti analisis peluang, pemilihan target, perumusan strategi, perumusan rencana, implementasi dan pemantauan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan, kebijakan, dan aturan pemasaran yang memandu pemasaran dari waktu ke waktu, merekomendasikan dan menetapkan di semua tingkatan, terutama karena respons perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi yang terus berubah. Beragamnya produk baru dan ide-ide

inovatif dari bank syariah yang ada di Indonesia, bank syariah terikat untuk menampilkan keunggulan produk mereka dan menarik perhatian publik. Saat menawarkan produk, ada persaingan antar bank syariah, sehingga diperlukan strategi pemasaran bank syariah tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengerti dan tertarik untuk menggunakan produk yang disediakan sesuai dengan kebutuhannya, selain itu bank syariah perlu mengkaji dan merumuskan strategi pemasaran berdasarkan evolusi pasar dan lingkungan pasar. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus mampu menyajikan gambaran yang jelas. Apa yang harus dilakukan untuk memanfaatkan setiap peluang di pasar sebagai target.

Produk penghimpunan dana yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen beragam. Mulai dari produk tabungan, giro maupun deposito. Salah satu produk tabungan adalah tabungan akad mudharabah. Tabungan ini mempunyai ciri khas yaitu dalam pengelolaan dana, bank memberikan bagi hasil atas penyimpanan dana nasabah. Meskipun demikian, tabungan ini kurang banyak peminatnya dibandingkan dengan tabungan lain yang menggunakan akad wadiah, yang tidak memberikan bagi hasil atas penyimpanan dana nasabah.

Melihat uraian di atas, penulis melihat ada hal yang perlu dikaji terkait produk tabungan akad mudharabah ini yaitu tentang Strategi Pemasarannya sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan produk tabungan akad mudharabah, maka penulis mengambil judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN AKAD MUDHARABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP KEPANJEN”**

2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Mudharabah di Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen?

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan Mudharabah yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen.

4.1 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang industri perbankan syariah khususnya dalam pemasaran bank syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Lembaga Terkait

Bagi lembaga terkait, Penelitian ini akan menjadi kontribusi yang bermanfaat untuk meningkatkan efisiensi manajemen perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

b. Bagi Akademik

Bagi Akademik, penelitian ini diharapkan menjadi literatur ilmiah yang bermanfaat. Selain untuk menunjang persepsi dan pengetahuan, juga dapat menjadi acuan bagi civitas akademika khususnya di bidang perbankan syariah, dengan memperoleh informasi mengenai akad mudharabah sebagai sumber dana tabungan dalam keadaan nyata.

c. Bagi Peneliti

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung mengenai strategi pemasaran produk tabungan Mudharabah dan semakin memperkuat penguasaan ilmu yang dipelajari selama masa program perkuliahan, pada Universitas Islam Raden Rahmat Malang.

d. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang ingin berinvestasi di Bank Syariah Indonesia KCP Kepanjen melalui akad Mudharabah.

e. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan pijakan bagi peneliti lanjutan tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan Akad Mudharabah



UNIVERSITAS ISLAM
RADEN RAHMAT