

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TASBIH DI BANK  
SUMATERA SELATAN DAN BANGKA BELITUNG CABANG  
PEMBANTU MEGANG SAKTI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



**OLEH:**

**TRI NURJANAH  
NIM: 17631124**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) CURUP  
2021**

Perihal : Pengajuan Skripsi

Kepada  
Yth. Rektor IAIN Curup  
DI  
Curup

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Tri Nurjanah mahasiswi IAIN yang berjudul : *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Cabang Pembantu Megang Sakti* sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

*Wasallamu 'alaikum Wr.Wb*

Curup, 17 November 2021

Pembimbing I



**Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM**  
NIP. 197502192006041008

Pembimbing II



**Fitmawati, ME**  
NIDN. 2024038902



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119  
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email fakultas syariah@ekonomiislam@gmail.com

**PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA**

Nomor : 0028 /In.34/FS/PP.00.9/ 01 /2022

Nama : Tri Nurjanah  
NIM : 17631124  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih di Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Cabang Pembantu Megang Sakti

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 9 Desember 2021  
Pukul : 09:30-11:00 WIB  
Tempat : Gedung Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Curup Ruang 3

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

**TIM PENGUJI**

Ketua,

Noprizal, M.Ag  
NIP 19771105200911007

Sekretaris,

Andriko, M.E.Sy  
NIP 19890101 201903 1 019

Penguji I,

Lendrawati, S.Ag., S.Pd., M.A  
NIDN 2007 03 77 03

Penguji II,

Mega Ihamiwati, M.A  
NIP 19861024 201903 2 007

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam



Dr. Yusufri, M.Ag

NIP 19700202 199803 1 007

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Tri Nurjanah  
NIM : 17631124  
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali tertulis diakui atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 17 November 2021  
Peneliti



**Tri Nurjanah**  
**17631124**

## KATA PENGANTAR



*Subhanallah walhamdulillah wala ilaaha illallah wallahu Akbar.* Puji dan syukur kehadiran Ilahi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi Besar Muhammad SAW, keluarga, dan sahabatnya hingga akhir zaman.

Adapun skripsi ini berjudul **Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Cabang Pembantu Megang Sakti** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) program studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya dorongan dan bantuan dari berbagai pihak, maka tidak mungkin peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sehingganya skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha peneliti sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Rahmad Hidayat, M.Pd., M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

2. Orang tuaku tercinta teruntuk Ayahandaku Basirun, Ibundaku Marsiti terima kasih telah memberi semangat serta doa kalian kepadaku selama ini.
3. Dr. Yusefri, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Curup.
4. Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd., M.M., Wakil Dekan I Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Curup, serta pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Fitmawati, M.E., selaku pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Noprizal, M.Ag, Wakil Dekan II Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Curup.
7. Hendrianto, M.A selaku dosen pembimbing akademik terimakasih telah membimbing serta menasihati selama menempuh pendidikan di IAIN Curup.
8. Khairul Umam Khudori, M.E selaku ketua prodi Perbankan Syari'ah.
9. Segenap dosen prodi Perbankan Syari'ah khususnya dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan penulis.
10. Ketua beserta staf perpustakaan IAIN Curup, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuannya kepada peneliti dalam memperoleh data-data kepustakaan dalam penulisan skripsi ini

11. Teman-teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah angkatan 2017 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Peneliti juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Atas kritik dan saran dari pembaca dan dosen pembimbing, peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga dapat menjadi pembelajaran pada pembuatan karya-karya lainnya dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi peneliti dan pembaca. *Aamiin Ya Rabbal'alamin.*

Curup, 17 November 2021  
Peneliti,

**Tri Nurjanah**  
**NIM. 17631124**

# MOTTO

LIFE GOES ON, LET'S LIVE ON, LOVE MYSELF

Setiap pilihan yang kita buat adalah awal dari perubahan, bukan akhir

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

(Q.S Al-Insyirah:06)

# PERSEMBAHAN

*Bismillaahirrahmaanirrahim*

*Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang  
Kupersembahkan karya ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa Syukur,  
kepada orang-orang yang selalu setia dan mendukungku dalam keadaan apapun.*

## *Skripsi ini ku persembahkan Untuk*

- *Ayahanda & Ibundaku tercinta (Basirun & Marsiti), terimakasih telah membesarkanku, membimbingku, mendidikku dan mengarahkanku dengan segenap kemampuan dan doa yang tulus hingga saya bisa menyelesaikan pendidikan ini.*
- *Untuk kedua Ayukku Siti Aisah & Suryani, serta kedua kakak ipar Imawan Sutanto & Mulyomispono yang telah memberikan dukungan, Doa serta semangat dalam menuntut ilmu.*
- *Untuk ponakan-ponakanku Wahyu Dea Andrian, M.Okta Saputra Ramadani, Dian Adhatul Laila, & Syakila Rahma Izzatunnisa semoga Allah SWT memberikan kemudahan bagi kalian dalam menuntut ilmu dan dalam hal apapun.*

## ABSTRAK

**Tri Nurjanah (17631124) : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN TASBIH DI BANK SUMATERA SELATAN DAN BANGKA BELITUNG CABANG PEMBANTU MEGANG SAKTI**

Permasalahan dari penelitian ini ialah *marketer* pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dalam pemasaran produk tasbih hingga saat ini belum bisa mencapai target pemasaran yang telah ditetapkan oleh Bank, dimana target pemasaran yang telah ditetapkan yaitu 300 nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Karena data informasi yang peneliti kumpulkan lebih banyak bersifat keterangan-keterangan atau penjelasan yang bukan berbentuk angka. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis berupa observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menggunakan *marketing mix* yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*) serta dalam melakukan promosi menggunakan media cetak berupa brosur. Adapun faktor pendukungnya ialah banyaknya masyarakat yang mayoritas beragama Islam, memiliki penghasilan tetap serta Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki dua *marketer*. Kendala yang dihadapi oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah banyak masyarakat yang belum memiliki kesadaran dan niat dalam menggunakan tasbih haji dengan alasan belum terpenuhinya kebutuhan hidup serta promosi yang belum dilakukan secara optimal yaitu belum memanfaatkan media sosial.

**Kata kunci:** *Strategi Pemasaran, Tabungan Tasbih, Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung*

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pernyataan Bebas Plagiasi.....</b>	<b>iv</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>v</b>
<b>Motto .....</b>	<b>viii</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>ix</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kajian Literatur .....	7
F. Definisi Operasional .....	10
G. Metodologi Penelitian.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	16
B. Tujuan Strategi Pemasaran .....	18
C. Teori Strategi Pemasaran .....	19
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Profil Desa .....	26
B. Sejarah Singkat Bank.....	29
1. Sejarah Bank SUMSEL BABEL .....	29
2. Sejarah Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti. ....	31
C. Visi Dan Misi .....	31

D. Keadaan Umum .....	32
E. Struktur Organisasi .....	34
F. Tugas Pokok Dan Fungsi Kantor .....	34
G. Produk Bank Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung .....	37
H. Fasilitas Layanan Bank Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung ....	45

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti .....	48
B. Faktor pendukung serta kendala dalam melakukan pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti .....	56

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Data Nasabah Tabungan Tasbih Di Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti.....	4
Tabel 3.1	Luas Daerah Dan Persentase Terhadap Luas Total Desa Di Kecamatan Megang Sakti.....	26
Table 3.33	Penduduk Kecamatan Megang Sakti Menurut Agama.....	28

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.3	Struktur Organisasi Bank Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung Cabang Pembantu Mengang Sakti.....	34
------------	---	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank merupakan lembaga yang memediasi antara pihak surplus dana dengan pihak defisit dana. Pihak surplus dana yaitu masyarakat yang mempunyai uang lebih yang disimpan di bank dalam bentuk rekening giro, deposito, atau tabungan. Sedangkan pihak defisit dana yaitu masyarakat yang mengalami kekurangan dana yang dapat dipenuhi dengan cara meminjam di bank dalam bentuk kredit.<sup>1</sup>

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan kemudian dana akan disalurkan ke masyarakat dalam bentuk pinjaman yang berguna untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.<sup>2</sup> Perbankan memiliki 3 kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana serta memberikan jasa lainnya. Kegiatan pokok perbankan menghimpun dana yang berupa dalam bentuk tabungan, giro dan deposito.<sup>3</sup>

Kegiatan pokok menyalurkan dana ialah pihak bank memberikan layanan pinjaman dalam bentuk kredit, memberikan jasa lainnya hanyalah kegiatan pendukung dalam kelancaran kegiatan utama bank. Seiring

---

<sup>1</sup> Dedy Takdir Syaifuddin, *Manajemen Perbankan : Pendekatan Praktis* (Kendari: UNHALU PRESS, 2007), hlm 12.

<sup>2</sup> Widhi Ariyo Bimo dan Tommy Cahya, “*Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor,*” *Moneter: Jurnal Keuangan dan Perbankan* 6, no.2 (October 1, 2018), hlm 63, <https://doi.org/10.32832/moneter.v6i2.2413>.

<sup>3</sup> Thamrin Abdullah, “*Bank Dan Lembaga Keuangan,*” (Jakarta: Raja Grafindo, 2017), hlm 10.

bergulirnya waktu, lembaga keuangan berkembang pesat dari lembaga keuangan konvensional atau lembaga keuangan syariah, salah satunya ialah berdirinya Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung (selanjutnya disebut dengan Bank SUMSEL BABEL).

Bank SUMSEL BABEL memiliki cabang yang berjumlah 25 cabang, 48 cabang pembantu serta 101 kantor kas yang tersebar diseluruh Provinsi Sumatra Selatan dan Bangka Belitung. Salah satunya ialah Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti yang mempunyai kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana serta memberikan jasa bank lainnya.<sup>4</sup>

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji Bab I Pasal I menyebutkan bahwa Ibadah Haji adalah rukun Islam ke lima yang merupakan kewajiban dilaksanakan sekali seumur hidup bagi orang yang cukup dan mampu untuk menunaikannya.<sup>5</sup> Pada hakikatnya Ibadah haji merupakan kegiatan suci yang diwajibkan oleh Allah bagi orang yang telah mampu baik dari segi material atau fisik, dan bagi umat muslim yang sudah mempunyai niat untuk melaksanakan ibadah haji tetapi terkendala dengan dana maka bisa dengan cara menabung di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

Produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang Pembantu Megang Sakti tentu harus berkualitas serta bermanfaat bagi setiap

---

<sup>4</sup> Bank SUMSEL BABEL, "Jumlah Kantor Bank Sumsel Babel," <https://www.banksumsel.com/lokasi?ID>, diakses pada 20 April 2021 pukul 19.06 wib.

<sup>5</sup> Okta Andri Yanti dan Santi Arafah, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya)," *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis* 1, no. 1 (April 25, 2020), hlm 10. <http://ejournal.potensiutama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/812>

nasabah. Persaingan antar bank semakin ketat ditandai dengan berdirinya bank-bank dengan sistem pemasaran produk yang beragam, salah satunya tabungan Tasbih (Tabungan siap beribadah haji). Tabungan tasbih merupakan produk yang disediakan oleh Bank SUMSEL BABEL untuk membantu meringankan biaya nasabah dalam melakukan ibadah haji secara perorangan.

Keunggulan dari produk tabungan Tasbih Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah nasabah dapat melakukan tabungan diseluruh Bank SUMSEL BABEL konvensional atau syariah, online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) ditanggung asuransi serta khusus Tabungan Tasbih *Wadiah* bebas biaya administrasi dan bisa mendapatkan dana talangan.<sup>6</sup>

Dalam melakukan tabungan tasbih, nasabah hanya perlu membawa persyaratan yang sudah ditetapkan oleh pihak bank serta membawa uang Rp 100.000,- untuk saldo awal, kemudian rekening akan diproses oleh pegawai untuk diaktifkan dan nasabah bisa menabung setiap bulan tanpa takut akan biaya administrasi.

Pada tabungan Tasbih di Bank SUMSEL BABEL menggunakan dua prinsip yaitu prinsip *Mudharabah Mutlaqah* ialah bentuk kerjasama dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola untuk menjalankan usaha yang akan dijalankan, sedangkan prinsip kedua menggunakan prinsip *wadiah* ialah titipan murni dari pihak satu lainnya.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Bank Sumsel Babel, "*Produk Tabungan Tasbih*," <https://www.banksumsel.com/produk?ID>, diakses pada 20 April 2021, Jam 20.44 wib

<sup>7</sup> Nezya, *Marketer, Wawancara Pribadi*, tanggal 23 April 2021, Jam 10:20 Wib.

Jumlah nasabah tabungan tasbih pada Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dapat dilihat dari lima tahun terakhir dari tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Data Nasabah Tabungan Tasbih Di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Megang Sakti**

Tahun	Jumlah data nasabah
2016	3 orang
2017	07 orang
2018	38 orang
2019	80 orang
2020	202 orang

Sumber : Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti Tahun 2021

Dapat dilihat dari tabel 1.1 bahwa jumlah nasabah tabungan tasbih dari tahun 2016-2020 mengalami perubahan setiap tahunnya. akan tetapi target yang telah ditetapkan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti yaitu mendapatkan 300 nasabah dalam setahun sampai saat ini belum tercapai, oleh karena itu pemasaran produk tabungan tasbih tersebut harus semakin dimaksimalkan sehingga target yang telah ditetapkan akan tercapai. Seperti yang dikatakan *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti mengatakan bahwa:<sup>8</sup>

*“Setiap tahunnya Bank SUMSEL BABEL cabang Megang sakti menargetkan untuk mendapatkan nasabah dengan jumlah 300 nasabah untuk menggunakan tabungan Tasbih”.*

Dalam melakukan pemasaran produk, *marketer* melakukan pemasaran produk baik di luar kantor seperti di pasar-pasar atau di lingkungan

---

<sup>8</sup> Nezya, *Marketer, Wawancara Pribadi,*

permukiman, sedangkan pemasaran di dalam kantor biasanya *marketer* menawarkan produk kepada nasabah yang sedang mengajukan kredit atau melakukan transaksi tarik tunai atau non tunai.<sup>9</sup>

Strategi pemasaran antara konvensional dengan yang syariah tentulah berbeda dalam prosesnya, akan tetapi mempunyai tujuan yang sama yakni meningkatkan jumlah nasabah. Strategi pemasaran syariah berorientasi tidak hanya pada pencapaian target tetapi juga berorientasi pada keberkahan atau keridhaan Allah.<sup>10</sup>

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka akan dilakukan penelitian dengan judul **Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung Cabang Pembantu Megang Sakti.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan tasbih di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung serta kendala dalam pemasaran produk tabungan tasbih di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti?

---

<sup>9</sup> Nezya, *Marketer, Wawancara Pribadi*.

<sup>10</sup> Herman Kartajaya and Muhammad Syakir Sula, "*Syariah Marketing*" (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm 22.

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan tabah di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pendukung serta kendala dalam pemasaran produk tabungan tabah di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para pihak yang membutuhkan baik secara praktisi maupun teoritis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Manfaat Praktis
  - a. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang didapat dibangku perkuliahan tentang pemasaran produk.
  - b. Bagi lembaga perbankan  
Sebagai bahan evaluasi kritis atas langkah-langkah yang telah dan sedang diambil oleh perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

## 2. Manfaat Teoritis

- a. Menjadi bahan referensi bagi pembaca yang sedang melakukan penelitian tentang strategi pemasaran.
- b. Diharapkan hasil penulisan ini terbaca secara luas oleh masyarakat agar mereka yang mayoritas beragama islam bergerak untuk berpartisipasi dalam pengembangan produk tabungan tasbih pada Bank Sumatera Selatan dan Bangka Belitung dalam pengembangan strategi pemasaran.

## E. Kajian Literatur

Berdasarkan pengamatan penulis mengenai penelitian yang akan dilakukan, belum ada judul penelitian yang sama persis, namun ada beberapa yang memiliki sedikit kesamaan terhadap topik penelitian. Beberapa hasil penelitian yang dapat dikemukakan ialah:

1. **Ersa Intan Rahayu (642015001), skripsi, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Tasbih Haji Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang, Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang”**

Permasalahan yang ada dari penelitian ini dijelaskan bahwa kurangnya peminat nasabah tabungan tasbih haji pada Bank Sumsel Babel Syari’ah Cabang Pembantu UIN Raden Fatah Palembang, kurangnya kualitas pelayanan dan strategi pemasaran dalam memasarkan produk tabungan tasbih haji. Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian Ersa Intan Rahayu

yaitu Bank Sumsel Babel (Sumatera Selatan dan Bangka Belitung)

Syariah telah melakukan kegiatan promosi melalui segala saluran media.

2. **Lia Guslini (2123138411), skripsi, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Di BRI Syariah Kota Bengkulu. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.”**

Permasalahan yang ada dari penelitian ini dijelaskan bahwa masih sedikit nasabah yang memiliki minat menabung relatif rendah, beberapa kendala dirasa dalam produk tabungan haji dan perlu adanya pembenahan secara menyeluruh, melihat produk tabungan haji masih lemah untuk bersaing dengan produk funding lainnya dari segi promosi, pelayanan maupun kenyamanan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, hasil dari penelitian ini ialah strategi pemasaran produk tabungan haji di BRI Syariah Kota Bengkulu cukup baik, akan tetapi masih sedikitnya nasabah produk tabungan haji, hal ini karena adanya beberapa kendala seperti kurang efektifnya promosi.

3. **Hikmah Fujiati (C74213110), skripsi, “Strategi Pemasaran Dana Talangan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya”**

Permasalahan yang ada dari penelitian ini dijelaskan bahwa banyak masyarakat yang belum mengetahui produk baru yang ada di pegadaian syariah di Cabang Blauran Surabaya serta belum meningkatnya jumlah Nasabah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian ini ialah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Blauran menggunakan *marketing mix*, strategi pemasaran yang digunakan Pegadaian Syariah menggunakan 4P, sedangkan efektif dan tidak efektifnya Implementasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, cukup efektif, dengan memberikan jaminan barang senilai Rp 7.000.000,- sudah mendapatkan porsi nomor kursi.

4. **Neri Safaroh (1617203077), skripsi, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Ib Syariah Di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap Program Studi Manajemen Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto”**

Perkembangan perbankan syariah yang pesat dan persaingan pasar yang sangat ketat menuntut setiap lembaga keuangan untuk menghindari riba dan harus kreatif dalam memasarkan produknya. BRI Syariah KCP Cilacap memiliki strategi pemasaran khusus yang membedakan antara BRI Syariah KCP Cilacap dengan lembaga keuangan lainnya, yaitu dengan melakukan pendekatan pada sebuah instansi/organisasi dan memanfaatkan budaya masyarakat sekitar. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, hasil dari penelitian ini ialah BRI Syariah KCP Cilacap menerapkan strategi khusus yang diterapkan adalah dengan *business partnership* dengan KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji), menyebar brosur kepada keluarga yang berangkat haji, ibu-ibu pengajian dan BRI Konvensional. kendala yang menghambat pada proses

pemasaran adalah prespektif masyarakat yang menganggap sulitnya menggunakan produk bank syariah dan minimnya kantor bank syariah, sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan BRI Syariah.

Berdasarkan penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan fokus permasalahan yang sama dimana penelitian terdahulu membahas tentang pemasaran tabungan haji dalam menarik minat nasabah, sedangkan dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ialah memfokuskan pada strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

## **F. Definisi Operasional**

1. Strategi pemasaran ialah pengambilan keputusan dalam melakukan bauran pemasaran, biaya pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan kondisi lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran terdapat tiga faktor utama yang membuat perubahan dalam melakukan pemasaran yakni, daur hidup produk, posisi persaingan perusahaan, dan situasi ekonomi.<sup>11</sup>
2. Produk tabungan tasbih ialah suatu produk perbankan yang dikeluarkan oleh bank SUMSEL BABEL yang berupa tabungan dan diperuntukkan

---

<sup>11</sup> Farida Yulianti, Et Al, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm 08.

bagi jemaah calon haji serta dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah* dan *al-wadiah*.<sup>12</sup>

## G. Metodologi Penelitian

Adapun metodologi yang akan digunakan ialah sebagai berikut:

### 1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif analisis, karena data informasi yang peneliti kumpulkan lebih banyak bersifat keterangan-keterangan atau penjelasan bukan angka, walaupun berbentuk angka hanyalah sebagai penunjang.<sup>13</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor penelitian kualitatif ialah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati.<sup>14</sup>

Metode deskriptif analisis ialah penelitian yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan fakta yang diperoleh dilapangan.<sup>15</sup> Tujuan dari menganalisis data ini ialah untuk membuat deskriptif mengenai objek data yang diperoleh, agar masyarakat memperoleh informasi mengenai produk tabungan tasbih di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

---

<sup>12</sup> Hendra Saputra, *Marketer, Wawancara Pribadi*, tanggal 25 April 2021, Jam 11.45 Wib.

<sup>13</sup> Margono, "*Metodelogi Penelitian Pendidikan*" (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 36.

<sup>14</sup> Margono.

<sup>15</sup> Margono, hlm 38.

## 2. Lokasi Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Megang Sakti yang terletak di Jln, Syahrial Wahab, BA No 09 Megang Sakti II, Kecamatan Megang Sakti, Kabupaten Musi Rawas.

## 3. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua sumber data, yaitu :

### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh dari hasil penelitian secara empiris kepada pelaku langsung atau terlibat langsung melalui pengamatan dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara.<sup>16</sup>

Data primer dari penelitian ini ialah data yang diperoleh dari *manajer* dan *marketing officer* di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti melalui wawancara.

### b. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi sumber data primer.<sup>17</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literature, web page tentang Badan Pusat

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 137

<sup>17</sup> Sugiyono.

Statistik kabupaten Musi Rawas, web page Bank SUMSEL BABEL dan brosur Bank SUMSEL BABEL.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

##### a. Observasi

Observasi ialah pengumpulan informasi melalui indra manusia. Pada dasarnya tujuan observasi adalah untuk mendeskripsikan lingkungan yang aktivitas serta individunya terlibat dalam suatu kegiatan.<sup>18</sup>

Jenis observasi yang dipakai pada penelitian ini ialah observasi nonpartisipan, dimana peneliti hanya sebagai pengamat objek yang akan diteliti tanpa terlibat secara langsung. Sifat peneliti hanya pengamat independen.

##### b. Wawancara

Wawancara ialah metode yang digunakan untuk mendapatkan informasi dengan bertanya langsung ke responden. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 325.

<sup>19</sup> Sugiyono, *metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 196

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara *face-to-face interview* (wawancara berhadap-hadapan) dengan informan, dimana peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yaitu wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah sebuah cara yang digunakan untuk menyediakan dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari sumber-sumber informasi khusus dari karangan atau tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan sebagainya.<sup>20</sup>

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu cara penyusunan data dari umum ke khusus, dalam penelitian kualitatif teknis analisis data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap berikut:<sup>21</sup>

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh dilapangan dan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara rinci, semakin penulis kelapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit, untuk itu perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data.

---

<sup>20</sup> Sugiyono, hlm 197

<sup>21</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*, hlm 338.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam penelitian kualitatif data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

c. *Conclusion Drawing / Verifications* (Penarikan Kesimpulan)

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan tahap awal yang dikemukakan didukung oleh bukti-bukti yang valid saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kesimpulan yang kredibel

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi berasal dari bahasa Yunani *Strategie* (*Stratos*=militer, dan *Ag*=memimpin) yang berarti seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal.<sup>22</sup> Dalam manajemen strategi yang baru, Mintzberg mengemukakan 5P yang sama dengan strategi yaitu *plan*, *patern*, *position*, *perspective*, dan *play*.<sup>23</sup>

a. Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Strategi tidak bisa terlepas dari perencanaan, arahan atau gerak langkah suatu perusahaan yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi merupakan perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilaksanakan di masa lampau.

b. Strategi adalah pola (*patern*)

Menurut Mintzberg, strategi merupakan pola “*strategy is patern*”, yang selanjutnya di sebut dengan “*intended straregy*”, sebab belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Bisa juga disebut dengan “*realized strategy*” karena telah dilaksanakan oleh perusahaan.

---

<sup>22</sup> Fandy Tjipto, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), hlm 3.

<sup>23</sup> Farida Yulianti, Et Al, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2009), hlm 08.

c. Strategi adalah posisi (*position*)

Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat kebawah yaitu kesuatu titik bertemunya suatu produk dengan pelanggan serta meninjau keluar dari berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah perspektif (*perspectif*)

Jika dalam strategi sebelumnya lebih melihat ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam perspektif lebih cenderung melihat ke dalam organisasi serta ke atas yaitu melihat *grand vision* dari perusahaan.

e. Strategi adalah permainan (*play*)

Strategi kelima lebih independen, menurutnya strategi ialah suatu maneuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesain dalam suatu perusahaan.

Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler ialah proses yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan cara menawarkan, menciptakan dan saling bertukar produk layanan yang memiliki nilai secara bebas dengan pihak lain.<sup>24</sup> Asosiasi pemasaran Amerika memberikan definisi pemasaran ialah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.<sup>25</sup>

Strategi Pemasaran menurut Kotler dan Amstrong ialah logika pemasaran dimana perusahaan berharap menciptakan nilai bagi customer dan dapat

---

<sup>24</sup> Nur Rianto, “*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*” (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 6.

<sup>25</sup> Nur Rianto, hlm 7.

mencapai hubungan yang menguntungkan.<sup>26</sup> Menurut Tjiptono strategi pemasaran ialah rencana yang hendak diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana tindakan ini didasarkan atas analisis situasi dan tujuan-tujuan perusahaan dan merupakan cara untuk pencapaian tujuan tersebut.<sup>27</sup>

Berdasarkan pengertian strategi pemasaran menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan serangkaian tindakan yang akan dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menentukan pasar target dengan menganalisa situasi peluang pasar yang berubah.

## **B. Tujuan Strategi Pemasaran**

Dalam praktiknya tujuan pemasaran suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek atau jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya bersifat sementara dan dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Secara umum tujuan pemasaran ialah sebagai berikut:

1. Memaximumkan konsumen dengan kata lain untuk memudahkan, merangsang konsumsi sehingga dapat menarik pelanggan untuk membeli/ menggunakan produk yang ditawarkan.
2. Memaximumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan. Kepuasan pelanggan akan menjadi ujung tombak selanjutnya dalam melakukan pemasaran produk, karena kepuasan pelanggan akan ditularkan kepada pelanggan lainnya melalui cerita.
3. Memaximumkan pilihan ragam produk yang disediakan oleh perusahaan.

---

<sup>26</sup> Nur Rianto.

<sup>27</sup> Kasmir, "*Pemasaran Bank*" (Jakarta: Kencana, 2010), hlm 119.

### C. Teori Strategi Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Phillip Kotler menyebutkan bahwa enam konsep yang menjadi dasar pemasaran perusahaan yaitu:<sup>28</sup>

1. Konsep produksi, dimana konsumen akan memilih produk yang tidak mahal dan tersedia secara luas. Konsep ini akan berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi dengan biaya rendah, produksi yang tinggi, dan distribusi massal.
2. Konsep produk, menyatakan bahwa konsumen lebih memilih produk yang menawarkan kualitas, kinerja atau kelengkapan inovatif.
3. Konsep penjualan, menyatakan bahwa bisnis dan konsumen jika dibiarkan begitu saja tidak akan membeli cukup banyak produk dari organisasi. Konsep ini meyakini bahwa konsumen terbiasa menunjukkan kelambanan untuk membeli dan harus diyakinkan untuk membeli.
4. Konsep pemasaran, konsep pemasaran terdiri dari empat pilar yaitu, pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu, dan profitabilitas.
5. Konsep pelanggan menyatakan bahwa perusahaan memberikan penawaran, layanan, dan pesan yang berbeda untuk pelanggan individu. Perusahaan mencari informasi mengenai pelanggan dimasa lalu, demografi, psikografis, serta media distribusi yang diminati.

---

<sup>28</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan* (Jakarta: Kencana, 2016), hlm 36.

6. Konsep pemasaran masyarakat meminta supaya tugas organisasi ialah menentukan kebutuhan, keinginan, serta kepentingan sehingga memberikan kepuasan yang diharapkan agar lebih efektif dan efisiensi.

Phillip Kotler menyatakan unsur *marketing mix* terdiri dari 4P yaitu, *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).<sup>29</sup>

#### 1. *Product* (Produk)

Produk dalam dunia usaha memiliki dua jenis, yaitu produk berwujud seperti barang yang dapat dilihat, diraba serta dapat dirasakan. sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Menurut Philip Kotler produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan dipasar dan mendapatkan perhatian untuk dibeli serta dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan ialah:

##### a. Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas yang dimiliki oleh suatu bank, sedangkan moto ialah kalimat yang berisikan visi dan misi suatu bank dalam melayani masyarakat. Dalam membuat logo dan moto harus dirancang dengan benar seperti mudah diingat, menarik dan memiliki arti.

##### b. Menciptakan merek

Merek diciptakan untuk mengenalkan suatu produk barang atau jasa yang akan ditawarkan ke nasabah. Penciptaan merek harus

---

<sup>29</sup> Kasmir, hlm 156.

mempertimbangkan faktor-faktor seperti mudah diingat, terkesan hebat dan modern, menarik serta memiliki arti.

c. Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih dikenal dengan pemberian pelayanan kepada nasabah.

d. Keputusan label

Label merupakan suatu yang dikaitkan dengan produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari pengemasan seperti siapa yang membuat, dimana dibuat, cara menggunakan, waktu kadaluarsa, serta informasi lainnya.

2. *Price* (harga)

Menentukan harga sangatlah penting dalam melakukan pemasaran. Harga menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa yang ditawarkan, salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk. Tujuan dari penentuan harga ialah untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan laba, untuk memperbesar *market share* serta karena pesaing.<sup>30</sup>

3. *Place* (tempat)

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan serta melaksanakan transaksi

---

<sup>30</sup> Yulianti, Et Al, "*Manajemen Pemasaran*", hlm 34

dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal ini juga mendukung *layout* gedung serta ruangan bank tersebut.

#### 4. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini pihak bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung atau tidak langsung. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk mempertahankan serta menarik nasabah. Tujuan promosi ialah menginformasikan segala jenis produk dan jasa yang ditawarkan dan berusaha menarik minat calon nasabah. Secara garis besar terdapat empat sarana promosi, yaitu:<sup>31</sup>

##### a. *Periklanan (advertising)*

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh suatu perusahaan yang berguna untuk mempromosikan semua produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan berupa nama produk, harga produk, manfaat produk, keunggulan serta kelemahan produk. Tujuan promosi iklan adalah untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan calon nasabah. Jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana pemasaran ialah surat kabar, majalah, surat pos, radio, televisi, papan reklame, spanduk, brosur, serta media lainnya.

---

<sup>31</sup> Kasmir, "*Pemasaran Bank*", hlm 156.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan dilakukan guna untuk menarik nasabah untuk segera membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang memiliki sifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditunjukkan untuk mendorong respon pasar sehingga promosi penjualan harus dilakukan semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui kontes, pemberian diskon, kupon, atau sampel produk. Tujuan promosi penjualan ialah untuk meningkatkan jumlah nasabah serta meningkatkan penjualan.

c. Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui pameran, bakti sosial dan *sponsorship* kegiatan. Tujuan dari publisitas adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat. Kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui ikut pameran, ikut bakti social, ikut kegiatan amal, serta *sponsorship* kegiatan.

d. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan pemasaran yang menggunakan surat, telepon atau alat komunikasi lainnya. Bentuk dari pemasaran langsung ialah melalui pos, elektronik, katalog dan lain sebagainya.<sup>32</sup>

Sementara itu, Boom dan Bitner menambahkan bahwa dalam bauran pemasaran selain 4P terdapat tambahan 3P yaitu:<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Kasmir, hlm 156.

<sup>33</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm 120.

a. *People* (orang)

Semua orang yang terlibat dalam pelayanan serta mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan lainnya. *People* meliputi kegiatan karyawan dari mulai rekrutmen, pendidikan pelatihan, motivasi, balas jasa, serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

b. *Physical Evidence* (bukti fisik)

*Physical Evidence* atau bukti fisik terdiri atas logo atau simbol perusahaan, motto, fasilitas perusahaan, seragam karyawan, laporan, kartu nama dan jaminan perusahaan.

c. *Process* (Proses)

Proses ialah keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan atau kompleksitas prosedur kerja.

Dalam pemasaran terdapat segmentasi pasar, pasar sasaran dan penentuan posisi pasar, diantaranya ialah sebagai berikut:<sup>34</sup>

a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok pembeli yang berbeda yang memerlukan produk tersendiri. Variable utama dalam menentukan segmentasi pasar konsumen ialah pertama berdasarkan geografisnya yaitu jenis bangsa, provinsi, kabupaten, kecamatan. Kedua berdasarkan demografisnya yaitu golongan umur, jenis

---

<sup>34</sup> Kasmir, hlm 208-214.

kelamin, ukuran keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan. Ketiga berdasarkan psikografik yaitu kelas sosial, gaya hidup, karakteristik kepribadian. Keempat segmentasi berdasarkan perilaku yaitu pengetahuan, sikap, kegunaan, tanggap terhadap sesuatu.

b. Pasar sasaran

Setelah menetapkan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Setelah teridentifikasi jumlah serta ukuran dan luasnya segmen yang ada, maka selanjutnya ialah menetapkan pasar sasaran. Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari setiap segmen tersebut.

c. Posisi pasar

Citra unik suatu produk atau layanan dalam benak konsumtif terhadap penawarandari pesaing.

### BAB III

#### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

##### A. Profil Desa

###### 1. Keadaan Geografi

Megang Sakti adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Musi Rawas Sumatera Selatan, Berbatasan dengan kecamatan Purwodadi dan Kecamatan Tuah Negeri dibagian selatan, Kecamatan STL Ulu dan Kecamatan Karang Jaya di bagian barat, Kecamatan Karang Dapo Kabupaten Musi Rawas Utara di bagian utara dan Kecamatan Muara Lakitan di bagian timur. Kecamatan Megang Sakti memiliki 21 (dua puluh satu) desa/ kelurahan dengan luas wilayah 39.977,46 Ha.<sup>35</sup>

**Table 3.1**  
**Luas Daerah Dan Persentase Terhadap Luas Total Desa Di**  
**Kecamatan Megang Sakti**

No	Desa/ kelurahan	Luas total area ( km <sup>2</sup> )	Persentase terhadap luas Kecamatan
1	Wonosari	10,04	2,51
2	Megang Sakti II	5,04	1,26
3	Megang Sakti IV	28,91	7,23
4	Megang Sakti III	13,22	3,30
5	Pagar Ayu	24,75	6,20
6	Megang Sakti I	4,61	1,15
7	Sumber Rejo	17,23	4,31
8	Talang Ubi	5,84	1,46

<sup>35</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas, "*Kecamatan Megang Sakti Dalam Angka 2021*." <https://musirawaskab.bps.go.id/publication/2021/09/28/79bdaf37758c762a7daafba7/kecamatan-megang-sakti-dalam-angka-2021.html>, diakses pada 22 Desember 2021 pukul 14.15 wib.

Tabel lanjutan 3.1

9	Megang Sakti V	6,02	1,51
10	Jajaran Baru II	35,95	9,00
11	Muara Megang	21,59	5,40
12	Marga Puspita	16,48	4,12
13	Tegal Sari	20,46	5,12
14	Campur Sari	45,62	11,41
15	Mekar Sari	11,66	2,92
16	Karya Mulya	15,36	3,84
17	Rejo Sari	1,68	0,42
18	Trisakti	17,09	4,27
19	Jajaran Baru I	27,96	7,00
20	Mulyo Sari	7,99	2,00
21	Muara Megang Sakti I	62,25	15,57
	<b>Megang Sakti</b>	<b>399,77</b>	<b>100,00</b>

Sumber: Badan Pusat Statistis Kabupaten Musi Rawas 2021

## 2. Keadaan Demografi

Penduduk Kecamatan Megang Sakti berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2020 sebanyak 54.694 jiwa yang terdiri atas 28.236 jiwa penduduk laki-laki dan 26.458 jiwa penduduk perempuan. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2020 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 106,70.<sup>36</sup>

Kepadatan penduduk di Kecamatan Megang Sakti tahun 2020 mencapai 136,81 jiwa/km<sup>2</sup>. Kepadatan penduduk di 21 Desa/ Kelurahan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi terletak di Desa

<sup>36</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas.

Rejo Sari dengan kepadatan sebesar 1163,69 jiwa/km<sup>2</sup> dan terendah di Desa Muara Megang I sebesar 13,33 jiwa/km.<sup>37</sup>

**Tabel 3.2**  
**Penduduk Kecamatan Megang Sakti Menurut Agama**

<b>Kecamatan</b>	<b>Islam</b>	<b>Protestan</b>	<b>Katolik</b>	<b>Hindu</b>	<b>Budha</b>
Megang Sakti	5.3767	1.092	562	170	11

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas Tahun 2021

Pada tahun 2020 Kecamatan Megang Sakti memiliki gedung sekolah sebanyak 48 sekolah yang terdiri atas 36 Sekolah Dasar (SD), 9 Sekolah Menengah Pertama (SMP), 4 Madrasah Tsanawiyah (MTs), 2 Sekolah Menengah Akhir (SMA), 1 Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), 4 Madrasah Aliyah (MA).<sup>38</sup>

Kecamatan Megang Sakti memiliki beragam produksi tanaman hortikultura seperti sayuran dan buah-buahan. Pada tahun 2020 produksi sayuran tertinggi yaitu tanaman cabai sebesar 3.954 kwintal dan produksi buah-buahan terbesar yaitu buah nanas sebesar 14.678 kwintal. Produksi perkebunan tertinggi di kecamatan Megang Sakti pada tahun 2020 ialah tanamam kelapa sawit sebesar 12.988,06 ton, sedangkan karet sebesar 8.241,72 ton dan produksi padi di kecamatan Megang Sakti 6.755,05 ton.<sup>39</sup>

<sup>37</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas.

<sup>38</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas.

<sup>39</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas.

## B. Sejarah Singkat Bank

Adapun sejarah berdirinya Bank SUMSEL BABEL dan Bank SUMSEL BABEL cabang Megang Sakti ialah sebagai berikut:

### 1. Sejarah singkat Bank SUMSEL BABEL

PT Bank pembangunan daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung (SUMSEL BABEL) berdiri pada tanggal 06 November 1957 berdasarkan keputusan panglima ketua penguasa perang daerah Sriwijaya tingkat I Sumsel No 132/SPP/58 pada tanggal 10 April 1958, adapun akta notaris Bank SUMSEL BABEL ialah akta notaris Tan Thong Khe No 54 tanggal 29 September 1958 atas izin menteri kehakiman No. J.A.5/44/16 tanggal 11 Mei 1959, serta surat izin usaha bank dari kementerian keuangan No. 47692/UM II tanggal 18 April 1959.<sup>40</sup>

Setelah diberlakukannya undang-undang No 13 tahun 1962 tentang bank pembangunan daerah, maka secara resmi seluruh kegiatan PT bank pembangunan daerah Sumatra Selatan menjadi milik pemerintah provinsi Sumatra Selatan dengan status badan hukum perusahaan daerah berdasarkan peraturan daerah No 11/DPRDGR tingkat 1 Sumatra Selatan, berdasarkan surat izin usaha yang dikeluarkan oleh Menteri urusan bank central/gubernur Bank Indonesia No 2/kep/MUBS/G/63 tanggal 27 Februari 1963.

Setelah beberapa kali mengalami perubahan, serta diberlakukannya undang-undang No 07 tahun 1992 tentang perbankan dan sesuai dengan

---

<sup>40</sup> Bank Sumsel Babel, *Sejarah Singkat Berdirinya Bank Sumsel Babel*”, <https://www.banksumselbabel.com/tentangkami?ID=1>, diakses pada 10 Juli 2021 pukul 22.59 wib

Perda No 06 tahun 2000 tanggal 19 Mei 2000, bank Sumatera Selatan mengubah bentuk badan hukum dari perusahaan daerah menjadi badan hukum persero terbatas dengan Akta No 20 tanggal 25 November 2000 dan pengesahan deputi gubernur Bank Indonesia No 3/2/KEP.DpG/2000 tanggal 24 September 2000, Perubahan badan hukum tersebut terhitung sejak tanggal 1 oktober 2001.

Berdasarkan keputusan pemegang saham di luar rapat PT. bank pembangunan daerah Sumatera Selatan No 2 tanggal 03 November 2009 dan pengesahan menteri hukum dan hak asasi manusia Republik Indonesia No AHU-56914.AH.01.02 tahun 2009 tanggal 20 November 2009, maka bank Sumatera Selatan beralih nama menjadi bank SUMSEL BABEL sedangkan bank SUMSEL BABEL unit syariah berdiri dan mulai beroperasi sejak tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No. 7/110/DPIP/PRz/Pq tanggal 8 Agustus 2005 tentang perizinan pembukaan kantor cabang syariah bank SUMSEL BABEL dengan menyatakan hal-hal sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a. Perizinan pembukaan kantor cabang syariah Palembang
- b. Penetapan:
  - 1) Anggota dewan pengawas syariah atas nama Drs. H. Abd Muhaimin, LC., Dr. H. Cholildi Zinuddin MA dan Drs. H. Romli S.A, M.Ag
  - 2) Pemimpin Unit Usaha Syariah atas nama Oktiadi

---

<sup>41</sup> Bank Sumsel Babel.

- 3) Pemimpin cabang syariah Palembang atas nama H. Saekan Noer,  
S.H, M.M
2. Sejarah singkat Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti  
Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berdiri tanggal 3 Desember 2014 berdasarkan surat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) provinsi Sumatra Selatan No. S-207/KO.5311/2014, yang beralamatkan di Jln. Syahril Wahab, BA No. 9 Megang Sakti II Kecamatan Megang Sakti Kabupaten Musi Rawas.<sup>42</sup>

Selama hampir 7 (Tujuh) tahun berdiri, Bank SUMSEL BABEL cabang Pembantu Megang Sakti mengalami perubahan pimpinan sebanyak empat kali. Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti kini dipimpin oleh bapak Apriyanto, diusianya yang sudah tidak muda, perkembangan Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti cukup berkembang pesat, hal ini di tandai dengan banyaknya masyarakat yang mengenal serta menjadi nasabah di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.<sup>43</sup>

### C. Visi dan Misi Bank Sumatra Selatan Bangka Belitung

Visi dan misi bank SUMSEL BABEL ialah sebagai berikut:<sup>44</sup>

Visi : Menjadi bank terkemuka, terpercaya dengan kinerja yang unggul

Misi : Membantu mengembangkan potensi dan meningkatkan pertumbuhan

---

<sup>42</sup> Apriyanto, *Manajer, Wawancara Pribadi*, tanggal 22 Juni 2021, Jam 11.45 wib.

<sup>43</sup> Apriyanto, *Manajer*.

<sup>44</sup> Bank Sumsel Babel, "*Visi dan Misi Bank Sumsel Babel.*"

perekonomian daerah, Menumbuh kembangkan *Retail Banking*, *Corporate Banking*, dan *International Banking*, serta mengembangkan hukum capital yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik.

#### **D. Keadaan Umum**

Kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti terletak di Jln. Syahrial Wahab, BA No 09 Megang Sakti II, Kecamatan Megang Sakti, Kabupaten Musi Rawas. Lokasi ini sangat strategis dimana bisa dilihat bahwa kantor ini terletak dekat dengan pasar dan juga mudah dijangkau dari desa manapun. Pelayanan yang diberikan para karyawan dan karyawan terdapat tergolong sangat baik, dikarenakan dalam melayani nasabah mereka prinsip secara kekeluargaan. Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki dua sistem, yakni sistem konvensional dan sistem syariah, serta bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki jam operasional yaitu:<sup>45</sup>

- a. Jam kerja : Senin: 08.00-15.00 WIB, Selasa : 08.00-15.00 WIB, Rabu : 08.00-15.00 WIB, Kamis : 08.00-15.00 WIB, Jum'at : 08.00-15.00 WIB
- b. Jam istirahat : Senin-Kamis : 12.00-13.00 WIB, Jum'at : 11.30-13.00 WIB.
- c. Hari libur : Sabtu dan Minggu

---

<sup>45</sup> Apriyanto, Manajer, *Wawancara Pribadi*.

Secara geografis bangunan bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti terletak dengan batas-batas sebagai berikut:<sup>46</sup>

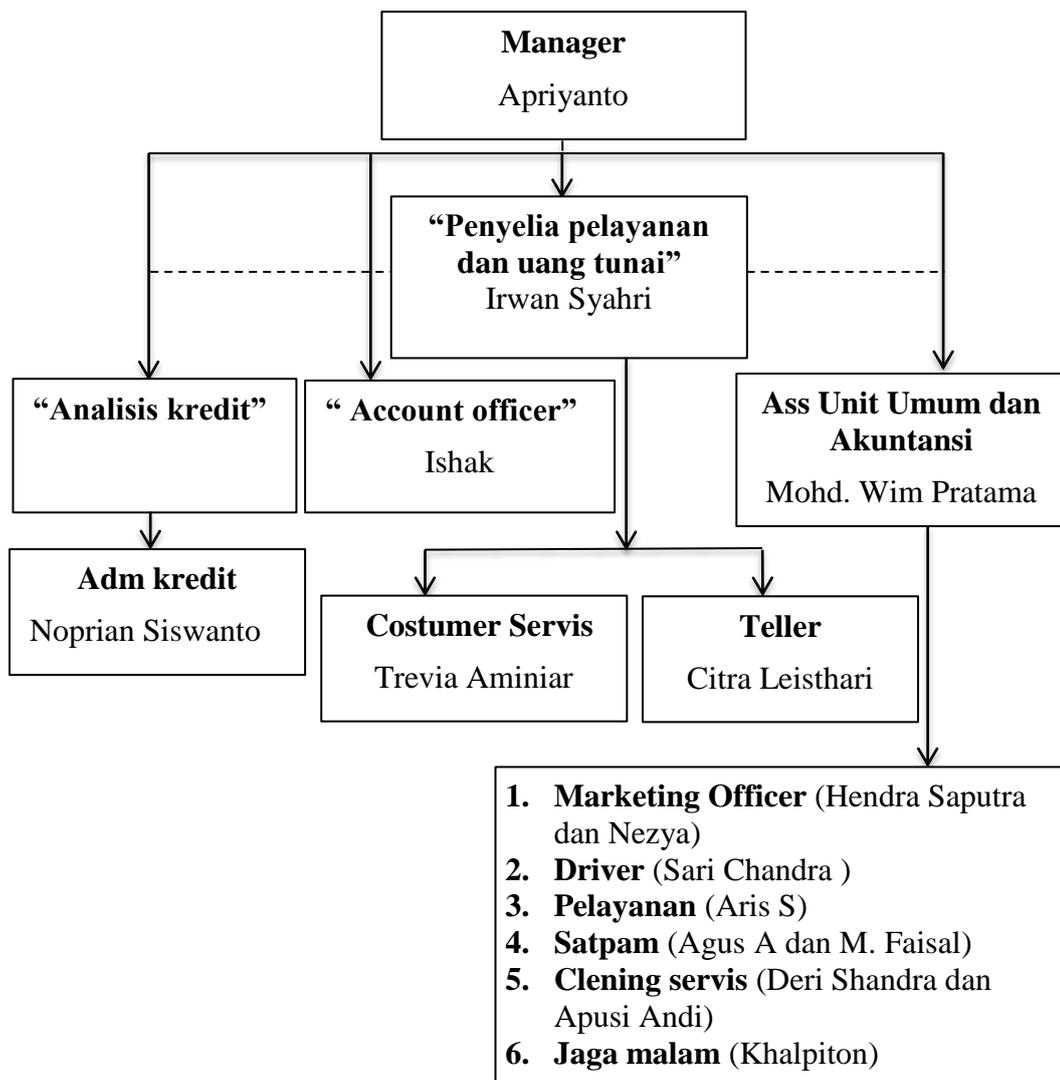
1. Sebelah utara, kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berbatasan dengan toko sandal dan sepatu murah,
2. Sebelah selatan, kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berbatasan dengan *J&T Express* Megang Sakti,
3. Sebelah timur, kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berbatasan dengan Jalan Diponegoro atau jalan poros Megang Sakti,
4. Sebelah barat, kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berbatasan dengan pesawahan warga Megang Sakti.

---

<sup>46</sup> Apriyanto, *Manajer*.

## E. Struktur Organisasi

**Gambar 3.3**  
**Struktur Organisasi Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti**



Sumber: Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti Tahun 2021

## F. Tugas Pokok Dan Fungsi Kantor

Kantor bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti mempunyai fungsi utama yaitu membantu pelayanan nasabah baik kredit atau pelayanan tunai dan non tunai sesuai SOP (Standar Operasional Perusahaan)

yang sudah diterapkan oleh kantor bank SUMSEL BABEL pusat. Adapun tugas pokok dari karyawan bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah:<sup>47</sup>

1. *Manager*

Manager bertanggung jawab atas semua kegiatan yang bersangkutan dengan kantor, baik kegiatan operasional atau pemasaran produk untuk menjamin tercapainya target yang telah ditetapkan secara efektif dan efisiensi.

2. Penyelia pelayanan dan uang tunai

Tugas dari penyelia pelayanan dan uang tunai ialah memeriksa kebenaran dan akurasi transaksi keuangan, pengelolaan laporan harian keuangan dari system, memantau dan mengendalikan transaksi pembukuan rekening nasabah dan rekening keuangan cabang serta melaksanakan perbaikan dan penyempurnaan hasil audit.

3. Analis kredit

Analis kredit ialah bidang yang bertugas dibagian mengawasi analisis resiko perusahaan, serta bertanggung jawab atas analis kredit yang memberikan panduan tentang resiko kredit dalam jumlah besar.

4. Admin kredit

Admin kredit bertugas membuat surat, menginventarisir data nasabah sampai merapikan data jaminan nasabah.

---

<sup>47</sup> Ishak, *Account Officer, Wawancara Pribadi*, tanggal 23 Juni 2021, Jam 10:10 wib

5. *Account officer*

Tugas dari *account officer* ialah melakukan pemasaran, melakukan analisis kelayakan pemberian kredit serta memantau kelancaran pembayaran debitur.

6. *Costumer servis*

*Costumer servis* bertugas melayani nasabah dalam memberikan informasi, menyelesaikan masalah serta membantu nasabah dalam pembuatan rekening.

7. *Teller*

*Teller* bertugas melayani nasabah dalam menangani, membantu dan memberikan solusi transaksi keuangan baik tarik tunai atau non tunai.

8. Asisten unit umum dan akuntansi

Tugas dari asisten unit umum dan akuntansi ialah bertanggung jawab atas semua kegiatan *marketing officer*, pelayanan, driver, satpam, *clening servis*, jaga malam serta membuat daftar tagihan yang diperlukan kantor, surat menyurat dan membuat laporan keuangan harian.<sup>48</sup>

9. Pelayanan

Pelayanan bertugas mengarsip berkas nasabah dan para pegawai.

10. *Driver*

*Driver* bertugas melayani dan mengantar para pegawai saat bertugas ke luar kantor.

---

<sup>48</sup> Ishak, *Account Officer*.

#### 11. Satpam

Satpam bertugas menjaga keamanan serta ketertiban kantor khususnya keamanan fisik.

#### 12. *Clening servis*

*Clening Servis* bertugas menjaga kebersihan lingkungan kantor.

#### 13. Jaga malam

Jaga malam bertugas menjaga keamanan kantor pada malam hari.

### **G. Produk-Produk Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti**

Adapun produk-produk di bank SUMSEL BABEL terdiri dari produk konvensional dan syariah, adapun produk tersebut ialah :<sup>49</sup>

#### 1. Produk konvensional

##### a. Deposito

##### 1) Depati

Depati merupakan deposito tanpa penalti dimana dana dapat ditarik setiap saat tanpa harus dikenakan penalti, namun bunganya tetap dihitung dari hari deposito.

##### 2) Deposito berjangka

Deposito berjangka ialah simpanan dimana penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan, bukti simpanan ini ialah menggunakan bilyet atas nama.

---

<sup>49</sup> Trevia Aminiari, *Costumer Servis, Wawancara Pribadi*, tanggal 28 Juni 2021, Jam 11.05 wib

3) Sertifikat deposito

Sertifikat deposito bank sumsel babel dimana memiliki jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.

b. Tabungan

1) Tabungan tasbih

Tabungan tasbih haji ialah simpanan yang diperuntukkan bagi calon jamaah haji secara perorangan dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah dan al-wadiah*.<sup>50</sup>

2) Tabungan seluler

Tabungan seluler merupakan tabungan yang menggunakan jaringan seluler dan telepon genggam serta jaringan keagenan dengan biaya yang murah, tabungan ini merupakan salah satu produk yang mendukung program layanan laku pandai.

3) Tabungan pesirah

Tabungan pesirah merupakan tabungan modern dari Bank Sumsel Babel yang memberikan kemudahan bagi nasabah.

4) Tabungan simpeda

Tabungan simpeda merupakan tabungan bank pembangunan daerah seluruh Indonesia yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.

---

<sup>50</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

#### 5) Tabunganku

Tabunganku merupakan tabungan yang diterbitkan secara serentak oleh bank-bank di Indonesia guna untuk menumbuhkan kesejahteraan masyarakat dimana tabungan ini untuk perorangan serta memiliki syarat yang mudah dan ringan.

#### c. Giro

##### 1) Giro

Giro merupakan simpanan pihak ketiga yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek/bilyet giro, surat perintah pembayaran atau dengan cara pemindah bukuan.<sup>51</sup>

##### 2) Giro Demang

Giro demang merupakan giro dana efektif aman berkembang dimana dana berasal dari pihak ketiga yang berbentuk giro serta mendapat fasilitas khusus dan dapat dipindah bukuan kedalam penempatan *deposito on call* (DOC).

#### d. Kredit

##### 1) Kredit serba guna (KSG)

Adapun ketentuan penerima kredit serba guna ialah masyarakat yang memiliki tunjangan pensiunnya dibayarkan melalui bank SUMSEL BABEL dan masyarakat yang berpenghasilan tetap.

---

<sup>51</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

2) Kredit usaha kecil pedesaan (KUKPEDES)

Adapun ketentuan dari kredit usaha kecil pedesaan ialah maksimal kredit Rp 50.000.000, angsuran maksimal 30% dari pendapatan dengan jangka waktu maksimal 36 bulan, tidak dipunggut biaya provisi dan administrasi dan jaminan pokok barang yang dibiayai berupa stock dan barang lain yang menunjang produksi serta jaminan tambahan harta tidak bergerak.

3) Kredit Investasi (KInv)

Ketentuan dari kredit investasi ialah penilaian investasi didasarkan pada prinsip pemberian kredit yang sehat, memperhatikan peraturan pemerintahan mengenai AMDAL, jangka waktu maksimal 15 tahun dengan tetap mempertimbangkan umur ekonomis asset/barang modal yang dibiayai.<sup>52</sup>

4) Kredit usaha mikro ( KUM)

Ketentuan dari kredit usaha mikro ialah maksimal kredit Rp 10.000.000 dengan sifat usaha harian yang layak untuk dibiayai, tingkat bunga flat pertahun sesuai ketetapan ALCO, jangka waktu maksimal 24 bulan atau sesuai dengan kemampuan pengusaha mikro.

5) Kredit Griya Sejahtera ( KGS)

Kredit griya sejahtera ialah kredit pemilikan rumah program kerjasama dengan kementerian perumahan rakyat yang terdiri dari

---

<sup>52</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

kredit griya sejahtera tapak untuk pembelian rumah tapak dan kredit griya sejahtera susun untuk pembelian rumah susun.

6) Kredit kendaraan bermotor (KKB)

Kredit kendaraan bermotor memiliki ketentuan dimana penerima kredit masyarakat berpenghasilan tetap dan tidak tetap yang gajinya di bayarkan dan tidak melalui bank SUMSEL BABEL (Sumsel Babel), wajib memiliki tabungan bank SUMSEL BABEL (Sumsel Babel) dengan saldo minimum satu kali angsuran dengan maksimum kredit Rp 1 Milyar.

7) Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Kredit usaha rakyat memiliki ketentuan plafond Rp 20.000.000-500.000.000, suku bunga sesuai ketentuan Alco serta jangka waktu KMK maksimal 3 tahun dan KL maksimal 5 tahun.

2. Produk Syariah

a. Dana pihak ke tiga

1) *Giro Rofiqoh*

*Giro Rofiqoh* ialah simpanan nasabah yang bentuk giro dengan prinsip titipan yang sesuai dengan syariah dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek atau bilyet giro.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

2) Deposito *Kaffah*

Deposito *kaffah* ialah simpanan nasabah yang berbentuk perorangan, yayasan atau perusahaan dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah*.

3) Deposito *Rofiqoh*

Deposito *rofiqoh* ialah simpanan nasabah yang berbentuk perorangan/pribadi dengan menggunakan prinsip bagi hasil sesuai syariah.

4) Tabungan Tasbih

Tabungan tasbih ialah simpanan yang diperuntukkan bagi calon jamaah haji secara perorangan dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* dan *al-wadiah*.

5) Tabungan *Rofiqoh*

Tabungan *rofiqoh* ialah simpanan nasabah yang berbentuk tabungan dengan prinsip *al-wadiah yad ad dhamanah* dimana penarikannya dapat dilakukan setiap saat.<sup>54</sup>

6) Tabungan *kaffah*

Tabungan *kaffah* ialah simpanan nasabah yang berbentuk perorangan dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* serta memiliki keunggulan dan kemudahan dalam bertransaksi.

---

<sup>54</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

b. Pembiayaan konsumtif<sup>55</sup>

1) Multijasa iB

Multijasa iB merupakan pembiayaan yang membiayai kebutuhan nasabah seperti sekolah, pernikahan, pengobatan, pembayaran uang, dan lain-lain.

2) Griya sejahtera iB

Griya sejahtera iB diberikan kepada masyarakat yang berpenghasilan tetap baik gajinya dibayarkan melalui bank SUMSEL BABEL atau tidak.

3) Pemilikan kendaraan iB

Pemilikan kendaraan iB diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap (PNS dan Non PNS) serta masyarakat yang berpenghasilan tidak tetap.

4) Pembelian Barang iB

Pembelian barang iB diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap (PNS dan Non PNS) serta masyarakat yang berpenghasilan tidak tetap.

c. Pembiayaan produktif

1) Investasi iB

Investasi iB merupakan pembiayaan bagi perorangan, perusahaan/badan usaha.

---

<sup>55</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

## 2) Modal Kerja iB

Modal Kerja iB merupakan pembiayaan bagi perorangan, perusahaan/ badan hukum.

### d. Jasa lainnya

#### 1) *Qard* Haji iB

*Qard* Haji iB ialah fasilitas pembiayaan yang disediakan bagi calon jamaah haji untuk menutupi kekurangan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) melalui tabungan tasbih haji untuk memenuhi booking seat atau untuk melunasi BPIH.<sup>56</sup>

#### 2) Gadai Emas iB

Gadai emas iB merupakan fasilitas pinjaman untuk nasabah dengan menggunakan jaminan emas dengan menggunakan prinsip gadai, dimana emas tersebut akan ditempatkan dalam pengadaaan dan pemeliharaan Bank serta akan dikenakan biaya sewa dengan prinsip ijarah.

### 3. Produk Tabungan Tasbih

Tabungan tasbih merupakan produk bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti yang diciptakan untuk membantu masyarakat dalam pendanaan ibadah haji yang telah direncanakan.

Keunggulan dari tabungan tasbih di bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah menggunakan sistem komputerisasi haji

---

<sup>56</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

terpadu (SISKOHAT), gratis biaya administrasi, ditanggung asuransi, dapat memilih mendapatkan balas jasa atau tidak.<sup>57</sup>

Tabungan tasbih bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki kemudahan yaitu setoran minimal setoran awal ringan Rp 100.000, gratis biaya administrasi bulanan, kemudahan dalam administrasi, penyetoran dapat dilakukan diseluruh kantor cabang operasional bank SUMSEL BABEL secara real time online.

Syarat dan ketentuan dalam pembukaan rekening tabungan tasbih bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah diperuntukan nasabah perorangan, mengisi formulir permohonan pembukaan rekening dengan melampirkan fotocopy KTP/ SIM/ kartu pelajar yang masih berlaku dengan menunjukkan yang asli, tidak menggunakan fasilitas kartu ATM, dan data nasabah tidak dapat digantikan oleh orang lain kecuali ahli warisnya yang dibuktikan dengan dokumen yang sah.

#### **H. Fasilitas layanan Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti**

Adapun fasilitas yang disediakan oleh bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah :<sup>58</sup>

1. *SMS Banking Telepati*, Fasilitas sms banking bank SUMSEL BABEL (Sumsel Babel) yang fleksibel namun tetap aman dan bisa dilakukan

---

<sup>57</sup> Trevia Aminiar, *Costumer Servis*.

<sup>58</sup> Bank Sumsel Babel, "*Fasilitas Layanan Bank Sumsel Babel*" <https://www.banksumselbabel.com/produk?ID=53>, diakses pada 10 Juli 2021 Pukul 23.30 wib",

dimana saja melalui ponsel nasabah. Adapun fasilitas sms banking ialah cek saldo, cek rekening terdaftar, cek rekening tujuan transfer, pemindah bukuan, pembayaran tagihan, serta payment.

2. *Phone Banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui FIX telepon/ telepon seluler dimana nasabah menggunakan media suara/ audio. Adapun fasilitas yang dapat menikmati layanan ini ialah instansi pemerintah daerah/ provinsi/ kabupaten/ kota, nasabah Giro perusahaan, nasabah perorangan (giro dan tabungan).
3. *Safe Deposit Box* merupakan jasa penyewaan kotak surat berharga atau harta yang dirancang menggunakan bahan khusus tahan api serta kokoh.
4. ATM/ debit visa bank SUMSEL BABEL merupakan kartu yang diberikan oleh pihak bank yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronik atas rekening. adapun fitur-fitur dari kartu tersebut ialah penarikan cepat, penarikan jumlah tertentu, penggantian PIN, informasi saldo, transfer sesama bank atau ke bank lain, pembayaran uang pendidikan, PLN, BPJS, PDAM, Pajak, Tiket, Telkom, Indosat.
5. Bank SUMSEL BABEL prioritas merupakan persembahan layanan spesial yang exclusive dan personal untuk yang istimewa. Adapun fasilitas yang disediakan yaitu *membership card, priority banking officer, meeting room, air port executive lounge, service reservasi hotel, gratis majalah, pick up service.*<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Bank Sumsel Babel.

6. *Mobile Banking* merupakan layanan yang dapat diakses langsung melalui aplikasi dihandphone/ tablet yang berbasis android atau Ios menggunakan jaringan internet, serta dilengkapi fasilitas seperti informasi saldo, informasi riwayat transaksi, transfer kesesama Bank, transer antar bank, pembayaran *merchant* melalui QR code, pembelian, cek saldo uang elektronik BSB Cash, cek riwayat transaksi uang elektronik BSB Cash, top up uang elektronik BSB Cash, informasi KURS, informasi produk serta informasi berita lainnya.
7. QRIS bank SUMSEL BABEL merupakan pembayaran yang menggunakan QR code untuk membantu *merchant* menerima pembayaran dari semua aplikasi berbasis QR di Indonesia seperti BSB mobile.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti**

Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menawarkan berbagai macam produk salah satunya ialah produk tabungan tasbih. Produk ini merupakan tabungan dalam bentuk simpanan yang diperuntukan untuk calon jamaah ibadah haji, yang dimana dananya bisa ditarik apabila ingin keluar dari tabungan tasbih.<sup>60</sup>

Dalam memasarkan produk tabungan tasbih, *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti melakukan sosialisasi kesetiap desa yang ada di Kecamatan Megang Sakti. Sosialisasi yang dilakukan oleh *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah satu bulan dua kali di dua desa dan sosialisasi dilakukan di 21 desa yang ada di kecamatan Megang Sakti. Seperti yang dikatakan oleh ibu Nezya selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti:<sup>61</sup>

*“Kami melakukan sosialisasi di setiap desa, sosialisasi kami lakukan dua kali dalam sebulan di dua desa, selebihnya kami menyebar brosur. Dalam setiap sosialisasi masyarakat yang datang sekitar 25 sampai 30 orang”*

Sosialisasi merupakan proses yang dilakukan untuk memberikan pemahaman dan penerimaan atas informasi atau pendidikan kepada individu atau masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Hendra Saputra

---

<sup>60</sup> Nezya, Marketing Officer, *Wawancara Pribadi*, tanggal 26 Agustus 2021, Jam 9.05 wib.

<sup>61</sup> Nezya, *Marketing Officer*.

selaku *marketer* officer di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti seperti di bawah ini:<sup>62</sup>

*“Bank Sumsel Babel Megang Sakti melakukan sosialisasi serta promosi ke kantor-kantor desa, pada saat sosialisasi produk yang di tawarkan cukup banyak, salah satunya tabungan tasbih. Belum lama ini kami melakukan sosialisasi di desa Mekar Sari, kami sosialisasi produk Tasbih, Tabungan Simpeda, tabungan pesira, tabungan rofiqoh, serta kredit KUR dan kredit lainnya.”*

Dari pernyataan diatas peneliti menyimpulkan bahwa pihak *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti sudah melakukan sosialisasi kesetiap desa yang ada di kecamatan Megang Sakti untuk menawarkan produk-produk yang ada di Bank SUMSEL BABEL seperti produk tabungan tasbih.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah sosialisasi yang diselenggarakan di kantor desa dimana masyarakat diberi undangan untuk datang ke aula desa oleh kepala desa, sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Hendra Saputra selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.<sup>63</sup>

*“Setelah kami mendatangi kantor desa meminta izin kepada kepala desa bahwa akan ada sosialisasi dari Bank sumsel babel cabang pembantu megang sakti, maka masyarakat akan dikumpulkan oleh kepala desa di balai desa dan diberikan pemahaman tentang produk tasbih.”*

Dari pernyataan *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dapat disimpulkan bahwa sosialisasi diadakan di aula desa. Pihak bank akan datang ke kantor desa yang akan diadakan sosialisasi dengan

---

<sup>62</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*, Wawancara Pribadi, 26 Agustus 2021, Jam 10.25 wib

<sup>63</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

tujuan untuk meminta izin kepada kepala desa, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam mengumpulkan masyarakat maka dari itu pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti meminta bantuan kepada pihak desa. Jika sudah mendapatkan izin maka pihak desa akan memberitahukan kepada masyarakat untuk berkumpul ke aula desa dengan tujuan akan ada sosialisasi dari pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti selama ini dalam meningkatkan nasabah atau mencari nasabah ialah dengan menggunakan metode promosi melalui sosialisasi serta melalui media cetak brosur, tetapi selama pandemi covid-19 Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti melakukan promosi hanya menggunakan brosur tanpa sosialisasi di setiap desa. Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak Hendra Saputra selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti:<sup>64</sup>

*“Sampai saat ini kami masih menggunakan Strategi pemasaran promosi, harga, produk, dan tempat”*

Pernyataan ini dijelaskan kembali oleh bapak Hendra Saputra selaku pihak marketing di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti:<sup>65</sup>

*“Kalau media yang kami gunakan dalam promosi tabungan tabah, biasanya kami melakukan sosialisasi dan juga menyebarkan brosur yang sudah kami siapkan. Jadi buat masyarakat yang kurang paham dengan penjelasan tadi bias membaca ulang di brosur. Tapi selama pandemi*

---

<sup>64</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

<sup>65</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

*ini, kami lebih banyak promosi menggunakan brosur saja, karena tidak bisa mengumpulkan masyarakat”*

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah sosialisasi, *marketer mix* dan penyebaran brosur. Tetapi selama pandemi covid-19 berlangsung, pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti hanya melakukan promosi seadanya yaitu melalui brosur yang diberikan ke nasabah yang datang ke kantor Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti serta penyebaran brosur ke rumah-rumah masyarakat.

Setiap bank dalam melakukan promosi produk memiliki sasaran utama dalam promosi, adapun sasaran utama Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dalam memasarkan produk mereka ialah masyarakat yang beragama Islam serta pensiunan PNS atau masyarakat yang mampu secara finansial.<sup>66</sup>

*“Sasaran yang pertama beragama Islam, yang kedua masyarakat, yang ketiga mampu secara finansial, dan yang terakhir pensiunan PNS karena biasanya PNS memiliki tabungan di Bank Sumsel Babel serta sudah memiliki identitas diri.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Hendra Saputra selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti, dapat disimpulkan bahwa selain yang telah disebutkan oleh pihak *marketer*, sasaran lainnya ialah para pegawai yang ada dipasar atau masyarakat umum serta pelajar atau mahasiswa yang telah memiliki identitas diri.

---

<sup>66</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

Keunggulan produk ialah kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk seperti harga atau pengemasannya. Sebagaimana yang sudah dijelaskan oleh bapak Hendra Saputra selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti:<sup>67</sup>

*“Jadi keunggulan tabungan tasbih haji di Bank sumsel babel ialah sifatnya seperti tabungan biasa, maksudnya bisa menabung berapapun misal dari Rp 10.000 sampai semampu kita. Pembukaan rekening Rp 100.000, Kemudian gratis administrasi, tidak ada pembiayaan perbulan, uang bisa diambil semua jika mau tutup rekening, terus bisa kredit juga dan ada asuransinya serta ada souvenir cantik serta bisa online dengan SISKOHAT.”*

Berdasarkan pernyataan bapak Hendra Saputra dapat disimpulkan bahwa keunggulan dari produk tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti berupa asuransi ditanggung, mendapatkan souvenir perlengkapan haji, sistem komuterisasi haji terpadu (SISKOHAT).

Berdasarkan hasil dari penelitian di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menggunakan enam konsep yaitu;

- a. konsep produksi Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dalam menarik minat nasabah menawarkan harga produk tabungan tasbih yang cukup relatif terjangkau sehingga masyarakat mampu dalam menggunakan produk tersebut.
- b. Konsep produk Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menciptakan produk tabungan tasbih dengan memperhatikan kualitas serta mutu produk agar masyarakat minat terhadap produk yang disediakan oleh pihak bank. Produk tabungan tasbih memiliki kualitas dan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk-produk lainnya.

---

<sup>67</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

- c. Konsep penjualan, Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dalam menjual produk tabungan tasbih. *Marketer* bank menawarkan produk tabungan tasbih kepada masyarakat dengan cara melakukan sosialisasi dan promosi melalui brosur serta meyakinkan masyarakat bahwa produk yang ditawarkan memiliki kemudahan dan keunggulan.
- d. Konsep pemasaran, dalam melakukan pemasaran Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki pasar sasaran tersendiri, dimana yang menjadi pasar sasaran utama Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah masyarakat yang beragama Islam dengan status telah memiliki identitas diri baik KTP/SIM/Passport/kartu pelajar, khusus yang menggunakan identitas kartu pelajar, maka wajib melampirkan fotocopy KTP orang tua calon nasabah. Kemudian pihak bank menawarkan produk tabungan tasbih yang menjadi kebutuhan masyarakat dalam membantu perencanaan pendanaan ibadah haji yang telah diniatkan.
- e. Konsep pelanggan, dalam melakukan pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah, pihak Bank SUMSEL BABEL cabang Pembantu Megang Sakti melakukan dengan sistem kekeluargaan dimana dalam menjelaskan produk yang ada menggunakan bahasa yang sederhana sehingga mudah dimengerti oleh nasabah atau calon nasabah. Bagi pihak bank, pelayanan nasabah atau calon nasabah merupakan prioritas utama pihak bank.
- f. Konsep pemasaran masyarakat, pelayanan yang diberikan pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti cukup memuaskan

bagi masyarakat, produk yang ditawarkan pihak bank bermanfaat serta memiliki kualitas dan keunggulan tersendiri bagi masyarakat.

Strategi *marketer mix* yang terdiri dari 4P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).

- a. Strategi *place*, jika dilihat lokasi Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti termasuk dalam lokasi yang strategis hal ini dikarenakan dekat pasar, puskesmas, jalan raya serta dekat dengan kantor pemerintah, kemudian lokasinya yang mudah dijangkau dari daerah lainnya sehingga nasabah mudah untuk melakukan transaksi.
- b. Strategi *product*, salah satu produk Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah tabungan tasbih yang merupakan tabungan siap beribadah haji yang disediakan oleh Bank SUMSEL BABEL untuk calon nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah* dan *al-wadiah*. Pada saat menawarkan produk perbankan, pihak *marketer* bank menjelaskan tentang Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti serta produk-produk yang ada kepada calon nasabah, jika mereka sudah memahami apa itu produk bank maka akan dilakukan pendekatan personal dengan cara menawarkan produk serta keunggulan yang dimiliki.
- c. Strategi *price*, harga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, harga sangat menentukan laku atau tidaknya suatu produk atau jasa perbankan. Bagi perbankan konvensional harga

merupakan bunga, biaya administrasi, biaya tagihan, biaya sewa, serta biaya lainnya, sedangkan bagi bank syariah harga ialah bagi hasil. Perusahaan akan menetapkan harga terlebih dahulu, kemudian harga tersebut akan ditetapkan sebagai harga bauran pemasaran. Harga yang ditetapkan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah setoran awal minimal Rp.100.000, biaya administrasi Rp.0,-.<sup>68</sup> Dari hasil penelitian harga yang ditawarkan pihak Bank Sumsel Babel cukup terjangkau sehingga akan menarik minat nasabah. Selain harga awal yang terjangkau setoran atau tabungan tasbih haji berikutnya bisa dilakukan mulai dengan Rp 10.000,- sampai semampu masyarakat dengan ini masyarakat tidak akan merasa terbebani.

- d. Strategi *promotion*, jika produk, harga serta tempat sudah ditentukan maka artinya produk siap untuk dipasarkan kemasyarakat atau nasabah. Agar produk tersebut laku dijual maka masyarakat harus mengetahui tentang produk tersebut baik dari segi manfaat, kelebihan serta kekurangannya dibandingkan dengan produk pesaing. Cara yang digunakan untuk mengenalkan produk kemasyarakat luas ialah dengan melakukan promosi.

Promosi yang dilakukan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti yaitu menggunakan media cetak dengan cara menyebarkan brosur kemasyarakat. Brosur dicetak semenarik mungkin supaya masyarakat tertarik untuk membacanya. Dalam brosur tersebut di

---

<sup>68</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer, Wawancara Pribadi*.

jelaskan tentang tabungan tasbih, syarat-syaratnya, kelebihan serta kekurangan dari tabungan tasbih haji.

## **B. Faktor-Faktor Yang Menjadi Pendukung Serta Kendala Dalam Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Di Bank SUMSEL BABEL Cabang Pembantu Megang Sakti**

Dalam menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya terutama pada produk tabungan tasbih haji, Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti selalu memberikan yang terbaik bagi nasabah atau calon nasabah yang ada. Akan tetapi terdapat dua faktor pendukung serta kendala dalam melakukan pemasaran tabungan tasbih haji yaitu secara internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam kantor, sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar kantor.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat faktor pendukung serta faktor kendala dalam memasarkan produk tabungan tasbih sebagaimana yang dijelaskan oleh bapak Hendra Saputra selaku *marketer* Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.<sup>69</sup>

*“Kalau faktor pendukungnya, kami mempunyai dua tenaga marketer, kemudian masyarakat desa Megang Sakti mayoritas muslim, jadi memasarkan produknya lumayan mudah, terus masyarakat yang mempunyai penghasilan tetap seperti dari karet serta sawit. Tetapi sampai saat ini yang menjadi kendala kami dalam memasarkan produk tabungan tasbih ya masyarakat masih berfikir untuk menggunakan tabungan tasbih nanti aja kalau udah tua, karena sekarang kebutuhan mereka yang masih banyak, serta banyak yang gak tau tentang akad syariah”.*

---

<sup>69</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu megang sakti memiliki faktor pendukung dari internal dan eksternal serta kendala dari internal dan eksternal, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor yang menjadi pendukung dalam pemasaran produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah:

a. Internal

1) Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki dua *marketer*.<sup>70</sup> Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti awal mulanya hanya memiliki satu *marketer*, tetapi pada tahun 2020 Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menambah karyawan di bagian *marketing* sehingga sekarang Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki dua orang *Marketer* untuk memudahkan dalam melakukan pemasaran produk tabungan tasbih ataupun produk lainnya mengingat produk yang dimiliki Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti cukup banyak.

2) Mendapatkan souvenir menarik bagi nasabah tabungan tasbih.<sup>71</sup> Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menyediakan souvenir cantik untuk yang menggunakan tabungan tasbih. Souvenir ini diberikan disetiap akhir tahun bagi nasabah yang sudah memiliki tabungan lebih dari Rp 10 juta, hal ini

---

<sup>70</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

<sup>71</sup> Brosur. *tabungan tasbih haji*.

dilakukan untuk memberikan semangat bagi nasabah lainnya dalam menabung.

- 3) Terdapat fasilitas yang dimiliki Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.<sup>72</sup> Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menyediakan fasilitas yang dapat digunakan oleh nasabah diantara fasilitas yang disediakan yaitu ATM, *SMS banking*, serta *mobile banking*.
- 4) Serta *marketer* yang memiliki pemahaman terhadap akad-akad syariah. Selama masa pelatihan, marketer diberikan pemahaman terhadap akad-akad syariah yang ada dalam perbankan syariah.
- 5) Harga yang Terjangkau. Harga yang ditetapkan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti cukup terjangkau sehingga tidak memberatkan masyarakat yang ingin menggunakan produk tabungan tasbih.

b. Eksternal

- 1) Mayoritas masyarakat Megang Sakti beragamakan Islam, hal ini memudahkan *Marketer* dalam melakukan promosi produk tabungan tasbih atau produk lainnya<sup>73</sup>. Banyaknya masyarakat yang beragama Islam di Megang Sakti memudahkan *marketer* dalam melakukan sosialisasi dan promosi produk tabungan tasbih.

---

<sup>72</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer, Wawancara Pribadi*.

<sup>73</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*

- 2) Masyarakat Megang Sakti banyak memiliki penghasilan tetap yang berasal dari kebun karet, kebun sawit dan pertanian. Pekerjaan masyarakat di Megang Sakti mayoritas petani, dan perkebunan baik sawit atau karet baik menjalankan usaha milik sendiri atau bagi hasil ditambah dengan harga sawit atau karet yang semakin mahal membuat marketer semakin mudah dalam melakukan promosi.
  - 3) Banyak pegawai daerah ataupun PNS yang gajinya dikirim lewat rekening Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti sehingga memudahkan dalam melakukan promosi.<sup>74</sup> Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti menjadi bank yang digunakan untuk menyalurkan gaji para pegawai daerah kecamatan Megang Sakti sehingga banyak masyarakat yang mendatangi Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dan menjadi kesempatan *marketer* untuk melakukan promosi tentang tabungan tasbih.
2. Kendala dalam pemasaran produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah sebagai berikut:
- a. Internal
- Kendala yang dihadapi oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti diantaranya promosi hanya masih menggunakan brosur

---

<sup>74</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

dan sosialisasi.<sup>75</sup> Berdasarkan penelitian pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti belum memanfaatkan media elektronik yang ada, sementara masyarakat Megang Sakti sudah banyak yang mengenal dan mempunyai media sosial seperti facebook, instagram, dan sebagainya serta Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti belum memanfaatkan media lainnya seperti spanduk yang dipasang dipinggir jalan raya, mereka hanya menggunakan media cetak berupa brosur.

b. Eksternal

- 1) Adanya nasabah yang belum memiliki niat untuk menggunakan tabungan tasbih hal ini disebabkan karena kebutuhan mereka yang masih tinggi sehingga belum merasa cukup dengan yang dimiliki.<sup>76</sup> Berdasarkan penelitian, Banyak masyarakat Megang Sakti yang mempunyai penghasilan tetap, tetapi mereka masih belum merasa puas atas apa yang didapatkan sehingga belum memikirkan untuk menggunakan tabungan tasbih.
- 2) Banyak masyarakat yang awam terhadap akad-akad syariah.<sup>77</sup> Berdasarkan penelitian, banyak masyarakat yang belum memahami akad-akad syariah sehingga menyebabkan kurang pahamiya terhadap produk tabungan tasbih yang digunakan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

---

<sup>75</sup> Neyza, *Marketing Officer, Wawancara Pribadi.*

<sup>76</sup> Neyza, *Marketing Officer.*

<sup>77</sup> Neyza, *Marketing Officer.*

- 3) Banyaknya persaingan antara bank di Megang Sakti melalui produk, pelayanan, serta kualitas jasa.<sup>78</sup> Lembaga perbankan di Megang Sakti cukup banyak, sehingga menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti harus lebih meningkatkan pelayanan dan kualitas produk.

---

<sup>78</sup> Hendra Saputra, *Marketing Officer*.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Strategi pemasaran produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti
  - a. konsep produksi, harga yang ditawarkan Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ke masyarakat cukup terjangkau yaitu Rp 100.000,-
  - b. Konsep produk, produk yang ditawarkan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti ialah produk tabungan tasbih.
  - c. Konsep penjualan, Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dalam menjual produk tabungan tasbih melalui sosialisasi dan promosi.
  - d. Konsep pemasaran, dalam melakukan pemasaran Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki pasar sasaran yaitu masyarakat Megang Sakti yang beragama islam dan memiliki identitas diri.
  - e. Konsep pelanggan, dalam melakukan pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah, pihak Bank SUMSEL BABEL cabang Pembantu Megang Sakti melakukan dengan sistem kekeluargaan.
  - f. Konsep pemasaran masyarakat, banyak masyarakat yang merasa puas atas pelayanan Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti.

2. Faktor-faktor yang menjadi pendukung serta kendala dalam pemasaran produk tabungan tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti
  - a. Faktor pendukung secara internal yaitu Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti memiliki dua *marketer* pada tahun 2020 sampai sekarang sehingga memudahkan dalam melakukan pemasaran produk. Secara eksternal yaitu banyaknya masyarakat yang mayoritas beragama islam serta memiliki penghasilan tetap seperti PNS, petani sawit dan petani karet.
  - b. Faktor Kendala secara internal yaitu promosi yang dilakukan belum optimal. Secara eksternal yaitu karena adanya nasabah yang belum memiliki niat dan kesadaran untuk menggunakan tabungan tasbih haji serta belum merasa cukup terhadap kebutuhan hidupnya, banyak masyarakat yang awam terhadap akad-akad syariah, serta Banyaknya persaingan antara Bank di Megang Sakti melalui produk, pelayanan, serta kualitas jasa.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti, harus melakukan promosi tidak hanya melalui media cetak saja, tetapi bisa melalui memanfaatkan media elektronik.

2. Civitas akademik, penelitian strategi pemasaran produk tasbih di Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu Megang Sakti dijadikan sebagai tambahan pengetahuan bagi pembaca tentang strategi pemasaran.
3. Bagi masyarakat, dengan adanya penelitian ini masyarakat diharapkan dapat memiliki keinginan untuk menggunakan produk tabungan tasbih yang sudah disediakan oleh Bank SUMSEL BABEL cabang pembantu MegangSakti.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers
- . 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Margono. 2004. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rianto, Nur. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono. 2010. *Metodelogi Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- . 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- . 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Takdir Syaifuddin, Dedy. 2007. *Manajemen Perbankan : Pendekatan Praktis*. Kendari: Unhalu Press
- Tjipto, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Yulianti, Et Al, Farida. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Cv Budi Utama
- Yusuf Hamali, Arif. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Jakarta: Kencana

### Jurnal

- Bimo, Widhi Ariyo, dan Tommy Cahya. 2018. *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor. Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 6, No. 2. <https://doi.org/10.32832/moneter.v6i2.2413>
- Yanti, Okta Andri, dan Santi Arafah. 2020. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Marelana Raya)*, Jurnal Feb 1 No.1. <http://ejournal.potensiutama.ac.id/ojs/index.php/FEB/article/view/812>

## **Wabsite**

Sumsel Babel, Bank. 2021. *Produk Tabungan Tasbih*.  
<https://www.Banksumsel.Com/Produk?Id>

\_\_\_\_\_.2021. *Sejarah Singkat Berdirinya Bank Sumsel Babel*.  
<https://www.banksumselbabel.com/tentankami?ID=1>

Pusat Statistik Kabupaten Musi Rawas, Badan. *Kecamatan Megang Sakti Dalam Angka*.<https://musirawaskab.bps.go.id/publication/2021/09/28/79daf3775c762a7daafba7/kecamatan-megang-sakti-dalam-angka2021.html>,  
Desember2021.

L

A

M

P

I

R

A

N





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
PRODI PERBANKAN SYARIAH  
Jl. Dr. AK. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**

Nomor : /In.34/FS.04/PP.00.9/04/2021

Pada hari ini Rabu Tanggal 21 Bulan April Tahun 2021 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : Tri Nurjannah / 17631124  
Prodi / Jurusan : Perbankan Syariah / Syari'ah & Ekonomi Islam  
Judul : Strategi pemasaran produk Tabungan Tasbith haji  
Di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Megang Satei

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Novel Andriani  
Calon Pmbb I : Dr. Muhammad Istan, M.Pd. MM  
Calon Pmbb II : Fitmawati, ME

Berdasarkan analisis kedua calon pembimbing, serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. harus memasukkan data yang singkat dengan data masalah, ceritakan tentang pemahaman pengetahuan masyarakat mengenai tabungan haji
2. metode penelitian harus betul betul yang dilakukan, referensi yang lebih jelas perbaiki daftar pustaka
3. perbaiki penulisan, tambahkan data real pada latar belakang
4. pahami akat yang terkait
5. ....

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua calon pembimbing paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 6 bulan Mei tahun 2021, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 21 April 2021

Moderator

Novel Andriani

Calon Pembimbing I

Dr. Muhammad Istan, M.Pd. MM  
NIP. 197502190006041008

Calon Pembimbing II

Fitmawati, ME  
NIP. 2024038902

NB :

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua calon pembimbing silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syari'ah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua calon pembimbing.



**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
 Nomor : 378/In.34/FS/PP.00.9/06/2021

**Tentang**  
**PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II**  
**PENULISAN SKRIPSI**

**DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk dosen pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. Bahwa saudara yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/15447, tanggal 18 April 2018 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2018-2022;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor: 0050/In.34/2/KP.07.6/01/2019 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan  
 Pertama : Menunjuk saudara:
- |                                       |                         |
|---------------------------------------|-------------------------|
| 1. Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM | NIP. 197502192006041008 |
| 2. Fitmawati, ME                      | NIP. 2024038902         |

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA	: Tri Nurjanah
NIM	: 17631124
PRODI/FAKULTAS	: Perbankan Syari'ah (PS)/Syari'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI	: Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Haji Di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Megang Sakri

- Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
- Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
- Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : Curup  
 Pada tanggal : 03 Juni 2021

Dekan,



Dr. Yusoffi, M.Ag  
 NIP. 197002021998031007

- Tembusan :
1. Ka. Biro AU. AK IAIN Curup
  2. Pembimbing I dan II
  3. Bendahara IAIN Curup
  4. Kabag AUAK IAIN Curup
  5. ...



IAIN CURUP

### KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : TRI NURJAJAH  
 NIM : 17631124  
 FAKULTAS : SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
 PEMBIMBING I : DR. MUHAMMAD ISTAN, SE., MPA., MM  
 PEMBIMBING II : FITMAWATI, ME  
 JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
 TASEH HAJI DI BANE SUNGEL BABEL  
 CABANG PEMBANTU MEGANG SAFTI

\* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

\* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

\* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diujikan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



IAIN CURUP

### KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : TRI NURJAJAH  
 NIM : 17631124  
 FAKULTAS : SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
 PEMBIMBING I : DR. MUHAMMAD ISTAN, SE., MPA., MM  
 PEMBIMBING II : FITMAWATI, ME  
 JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
 TASEH HAJI DI BANE SUNGEL BABEL  
 CABANG PEMBANTU MEGANG SAFTI

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Muhammad Istian, SE., M.Pd., MM  
 NIP. 1975-02-19 2006041008

Fitmawati, ME  
 NIP. 2024038902



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
1	18/07/2021	- Data nataraku - Demografi meqany sakti - akuan memulu gudu.		
2	19/08/2021	- Perulitan kata hubung di keryan Wenerar. - Subyct dan abget Penelitian		
3	20/09/2021	Tyero dalam Penuisan Sarta katumar awalar		
4	23/09/2021	Langutan ke lapangan.		
5	13/10/2021	Bimbangan Bab IV		
6	20/10/2021	Struk Cakhr 8 ke paguar.		
7	14/11/2021	lyuat Maslud Sup		
8	15/11/2021	ke Wya		



IAIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Mal
1	25/05/2021	ACC BAH 1 dan Pembelusan rumusan masalah		
2	12/07/2021	Bab II Pembelusan tentang Panambawan tem dan Pan geluan Hg Bawt.		
3	16/09/2021	Langut Bab III dan Redoman Wawancara.		
4	5/10/2021	Langutan Penelitian		
5	20/10/2021	Bimbangan Bab IV		
6	1/10/2021	Analisi bab IV dan Pan ambawan analit		
7	8/10/2021	Kesimpulan dan Anali		
8	11/10/2021	Abstrak dan Kesimpulan		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119  
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.se@iaincurup.ac.id

Nomor : ~~SSI~~/In.34/FS/PP.00.9/08/2021 Curup, 18 Agustus 2021  
Lamp : Proposal dan Instrumen  
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada Yth,  
Pimpinan Bank  
Di-  
Musi Rawas

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Tri Nurjanah  
Nomor Induk Mahasiswa : 17631124  
Progran Studi : Perbankan Syari'ah (PS)  
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Haji Di Bank Sumsel Babel  
Cabang Pembantu Megang Sakti  
Waktu Penelitian : 18 Agustus 2021 Sampai Dengan 18 Oktober 2021  
Tempat Penelitian : Bank Sumsel Babel Capem Megang Sakti

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerja sama dan izinnya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Dekan,  
Dr. Yusufri, M.Ag  
NIP.197002021998031007

SURAT KETERANGAN TELAH WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hendra Saputra  
Jabatan : Marketing officier

Menerangkan bahwa :

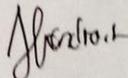
Nama : Tri Nurjanah  
Nim : 17631124  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melaksanakan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Haji Di Bank Sumsel Babel Cabang Pembantu Megang Sakti**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Megang Sakti, 26 Agustus, 2021

Mengetahui,

  
( Hendra Saputra )

Megang Sakti, 01 September 2021

Nomor : 358/TMM/3/B/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **Wawancara Produk Tabungan Perbankan**

Kepada,  
Tri Nurjanah  
Megang Sakti V  
di-

**Megang Sakti**

Adalah benar pernah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul "***Strategi Pemasaran Produk Tabungan Tasbih Bank Sumsel Babel Megang Sakti***" guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Fakultas Syariah & Ekonomi Islam dengan metode interview. Adapun Mahasiswa yang telah melakukan wawancara sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NIM
1	TRI NURJANAH	17631124

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya tanpa menimbulkan kewajiban dan tanggung jawab bagi pihak perbankan.

PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Selatan dan Bangka Belitung  
Cabang Pembantu Megang Sakti

 **BANK  
SUMSELBABEL**  
**MEGANG-SAKTI**  
**Irwan Syahri**  
Penyelia

a/s



 **BANK  
SUMSELBABEL**

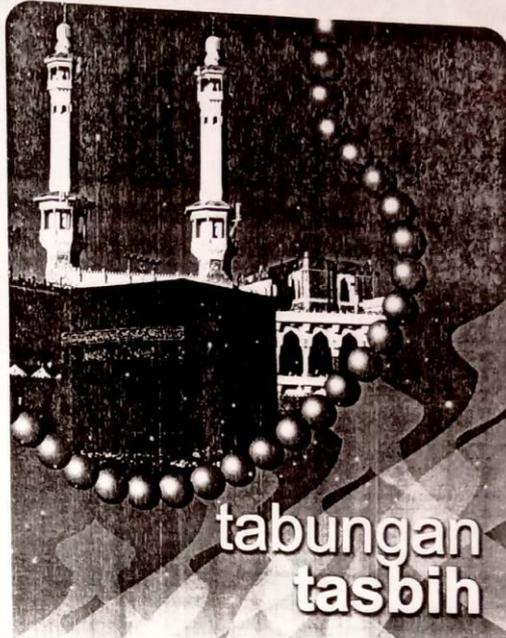
**KANTOR PUSAT**

Jl. Gubernur H. A. Bastari No. 07  
Kelurahan Silaberanti Kecamatan Seberang Ulu I  
Jakabaring-Palembang  
Sumatera Selatan  
Telp. 0711-5228080  
Fax. 0711-5228111  
<http://www.banksumselbabel.com>

Untuk keterangan lebih lanjut,  
hubungi cabang BANK SUMSEL BABEL terdekat  
atau silahkan hubungi :



 **BANK  
SUMSELBABEL**



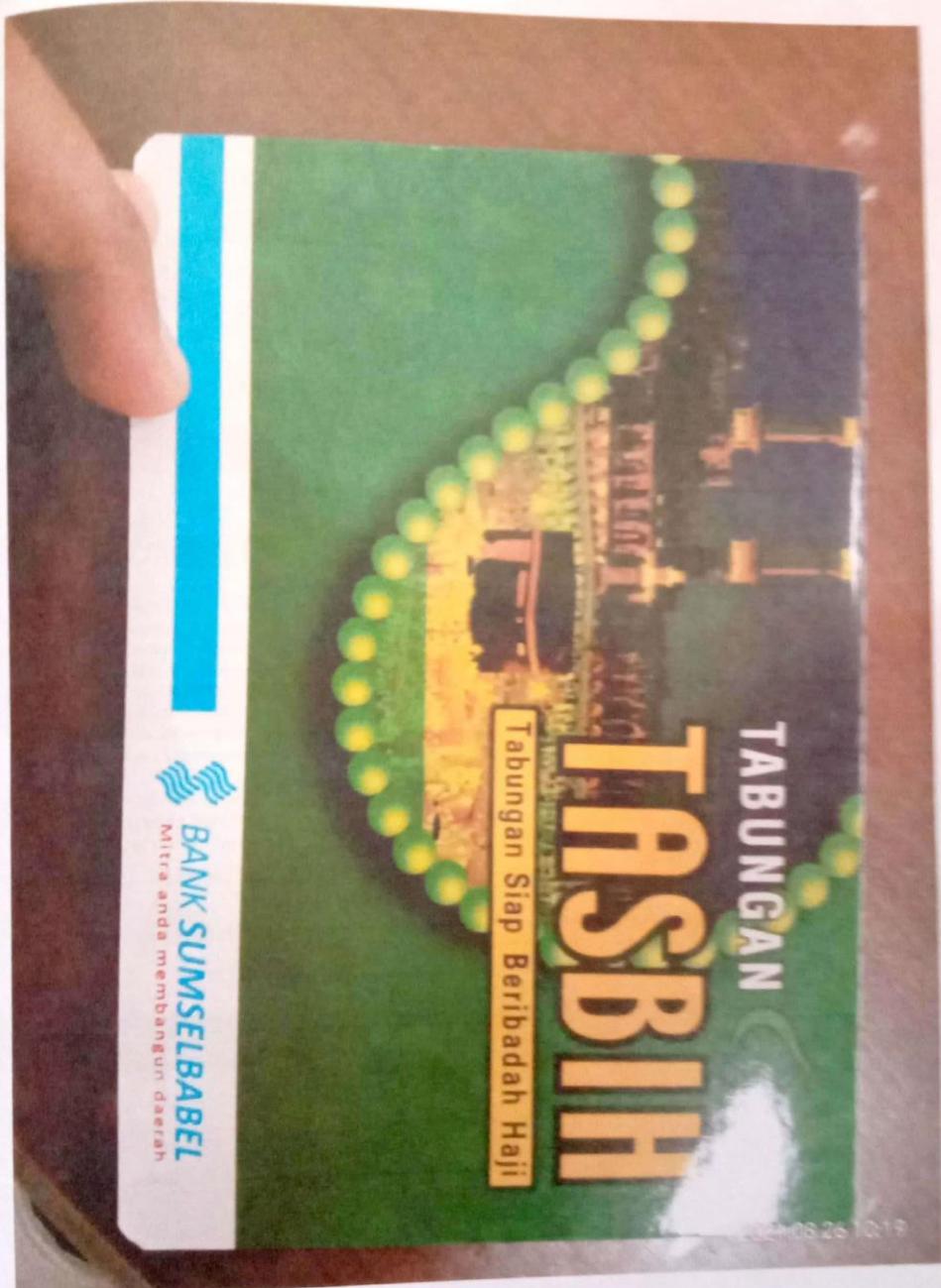
**tabungan  
tasbih**

**TABUNGAN  
TASBIH**

**Tabungan Siap Beribadah Haji**

**rencanakan pendanaan  
ibadah haji  
yang telah diniatkan**

<http://www.banksumselbabel.com>



# TABUNGAN TABSIBIH

Tabungan Siap Beribadah Haji

 **BANK SUMSELABEL**  
Mitra anda membangun daerah

02-06-26 10:19

## **BIODATA PENULIS** *Data Pribadi (Personal identities)*

---

Nama : Tri Nurjanah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Megang Sakti V/ 29 Juli 1998  
Agama : Islam  
Nama Orang Tua : Basirun – Marsiti  
Anak ke : 3 dari 3 bersaudara  
Alamat : Megang Sakti V, Dusun V, Kecamatan Megang Sakti, Kabupaten Musi Rawas, Palembang Provinsi Sumatera Selatan  
No. Handphone : +62857-0943-0705  
Email : [trinur29jannah@gmail.com](mailto:trinur29jannah@gmail.com)

## **Riwayat Pendidikan** *(Academic Record)*

---

SD : SDN 03 Megang Sakti  
SMP : MTs Riyadhus Sholihin Megang Sakti  
SMA : MAs Riyadhus Sholihin Megang Sakti  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup

## **Organisasi Kampus** *(Campus Organization)*

---

UKM. KSEI (Kelompok Studi Ekonomi Islam) FoKES (Forum Kajian Ekonomi Syari'ah) IAIN Curup (2018-2020)