

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HASANAH PADA BANK
PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH HASANAH PEKANBARU
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**JUSTRALINA
NIM :11125200511**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
TAHUN 2015**



DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Subrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru - Riau No. Telp. 0761-28293
Fax. 0761-21129, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : iain-sq@pekanbaru.indo.net.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul:“(STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HASANAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH HASANAH PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM)” yang ditulis oleh:

Nama : JUSTRALINA
Nim : 11125200511
Jurusan : EKONOMI ISLAM

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia Ujian Sarjana Program S1 Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 27 Oktober 2015
Bertepatan : 24 Dzulhijjah 1437 H

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.Sy).



Pekanbaru, 29 Oktober 2015

DEKAN,

Dr. H. AKBARIZAN, M. Ag, M.Pd
NIP. 19711001 1995 03 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. H. MAWARDI M. SALEH, Lc. MA
NIP.19690624 200112 1 003

SEKRETARIS

HENDRY SAYUTI, M. Ag
NIP. 19760829 2003 12 1 003

PENGUJI I

M. ALBAHTI, SE, M.Si.Ak
NIP. 19800226 200912 1 002

PENGUJI II

M. IHSAN, M. Ag
NIP.19691012 199703 1 005

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pemasaran Tabungan Hasanah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”**

BPRS Hasanah adalah salah satu bank syariah yang menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat yang kegiatannya berlandaskan prinsip syariah dan terhindar dari transaksi riba. Dalam peastnya persaingan perbankan saat sekrang ini BPRS Hasanah tetapa mengalami peningkatan jumlah nasabah. BPRS Hasanah memiliki bermacam-macam produk salah satunya adalah produk Tabungan Hasanah. BPRS Hasanah tidak terlepas dari strategi pemasaran, karena strategi pemasaran sangat penting dan akan mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah dari tahun ketahunnya. Dalam pemasaran produknya tentu saja perbankan memiliki faktor pendukung dan faktor penghambat. Oleh sebab itu BPRS Hasanah sangat berhati-hati dalam memasarkan produknya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran tabungan Hasanah pada BPRS Hasanah dalam meningkatkan jumlah nasabahnya, apa faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran produk tabungan Hasanah, serta bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap pemasaran produk tabungan Hasanah Pekanbaru. Penelitian ini bersifat lapangan yang berlokasi pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru Jl. HR. Soebrantas No.87-Panam-Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah 7 orang yang terdiri dari 1 orang pimpinan 2 orang ADM Pembiayaan, 2 orang Account Officer, 1 orang Personalia, 1 orang Costomer Service. Karena populasi sedikit, jadi sampelnya diambil semua populasi. Metode pengambilan sampel menggunakan *total sampling*.

Hasil penelitian ini adalah bahwa BPRS Hasanah telah melakukan strategi pemasaran dengan menggunakan *Marketinmg mix* yang terdiri dari Poduk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Dan juga BPRS

Hasanah memiliki keunggulan dalam bertransaksi yaitu dengan menggunakan transaksi Jemput Bola (*pick up service*) yang mana biaya transaksinya tidak dibebankan kepada nasabah . Dengan menggunakan strategi pemasaran *marketing mix*, dan memiliki keunggulan dalam bertransaksi BPRS Hasanah mengalami peningkatan, terlihat dari bertambahnya jumlah nasabah tabungan Hasanah dari tahun ketahunnya, jumlah nasabah tabungan Hasanah pada BPRS Hasanah dari 4 tahun terakhir tahun 2011 hingga 2014 adalah 1170 orang nasabah dengan peningkatan sebesar 43.65 %. Adapun Faktor pendukungnya dalam pemasaran tabungan Hasanah adalah pelayanan prima kepada nasabah, lokasi yang mudah terjangkau, tingkat kesadaran masyarakat dan semua karyawan bersedia melakukan funding namun tetap memprioritaskan tugas utama. Faktor penghambatnya adalah faktor teknologi seperti belum memiliki mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) dan juga ketatnya persaingan dengan bank-bank lain. Dan menurut tinjauan hukum Islam BPRS Hasanah dalam memasarkan produknya tidak ada yang bertentang dengan hukum Islam, yaitu dari segi produk, harga, tempat dan promosi dimana tidak ada saling menzalimi, pemaksaan, penipuan, saling menjatuhkan, gharar dan unsur riba.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karunianya kepada kita semua sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Sholawat dan salam atas junjungan alam, Putra Abdullah jantung hati siti Aminah, kekasih Allah yakni Nabi Muhammad SAW, dengan berlapaskan *Allahumma sholli 'Ala Saiyyidina Muhammad Wa' 'Ala Ali saiyyidina Muhammad*, mudah-mudahan dengan seringnya bersholawat kita termasuk umatnya yang mendapat syafaat belaiu diakhirat kelak. Amiin.

Skripsi ini berjudul **Strategi Pemasaran Tabungan Hasanah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam**. Skripsi ini hasil karya ilmiah yang disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Serjana Ekonomi Syariah (SE,Sy) oleh Mahasiswa Strata Satu (S1) Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun jika terdapat kesalahan itu datangnyanya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena keterbatasan kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan penulisan penulis mengaharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis sehingga selesainya skripsi ini yaitu kepada pihak:

1. Ayahanda Suwardi dan Ibunda Arjus tercinta dan tersayang yang telah menjadi motivasi dan senantiasa mendoakan dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus memberikan bantuan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan Abangku Adi Suarman, Adikku Hayatul Rahma dan Muhammad Dani Yukia yang selalu memberi semangat dan untuk juga seseorang yang jauh disana Rickon Attoha yang selalu membantu penulis baik moril maupun materil dan selalu memberi motivasi dan semangat
2. Bapak Prof. DR. H. Munzir Hitami, M.A selaku Rektor UIN SUSKA Riau dan selaluruh citivitas akademika UIN SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. H.Akbarizan, M.A, M.pd selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.
4. Bapak DR. H. Mawardi Shaleh, M.A selaku Wakil Dekan 1, Ibu DR. HJ. Hertina , M.pd selaku Wakil Dekan 11, dan bapak DR. Zulkifli, M.A selaku Wakil Dekan 111 yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Kamirudin, M.A dan Bapak Bambang Hermanto M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam.
6. Bapak DR. H. Erman MA.g selaku pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
7. Ibu Jumni Nelly, MA.g selaku Penasehat Akademis yang telah banyak memberikan semangat dan masukan selama perkuliahan kepada penulis.
8. Seluruh dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau yang telah membekali banyak ilmu kepada penulis.

9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang telah ikut serta memperlancar Proses administrasi selama masa perkuliahan.
10. Kepada bapak Pimpinan dan karyawan/ti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru, yang telah bersedia menerima penulis untuk melakukan penelitian dan banyak membantu dalam memberikan informasi-informasi yang diperlukan.
11. Kepada Bapak/Ibu pengelola Perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum, serta pengelola Perpustakaan UIN SUSKA Riau.
12. Kepada Marlia, Nursalama, Yulia Fitriani, Afifah, Aliah, Zarra, niz, zuri, jusma, fita, rahmi, serta untuk sahabat ku yang mohon maaf tidak dapat kusebutkan namanya yang telah banyak mendukung dan membantu dan teman-teman EI 1 angkatan 2011

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balsan yang terlipat gandakan, AMIIN.

Pekanbaru 22 September 2015

JUSTRALINA

NIM. 11125200511

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Metode Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
1. Lokasi Penelitian	8
2. Subjek dan Objek Penelitian.....	8
3. Populasi dan Sampel.....	8
4. Sumber Data	8
5. Analisa Data.....	9
6. Metode Pengumpulan Data.....	9
7. Metode Penulisan.....	10
F. Sistematika Penulisan	10

**BAB II: PROFIL BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
HASANAH PEKANBARU**

A. Sejarah Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru.....	12
B. Visi dan Misi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru.....	15
C. Produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru.....	16

	D. Struktur Organisasi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Hasanah Pekanbaru.....	23
BAB III:	TINJAUAN TEORITIS	
	A. Pengertian Strategi	24
	B. Pengertian Pemasaran	25
	C. Strategi Pemasaran	29
	D. Konsep Pemasaran	30
	E. Tujuan Pemasaran	34
	F. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	35
	G. Strategi Pertumbuhan dan Konsolidasi	41
	H. Strategi Benchmarking (Pembandingan)	44
	I. Dasar Hukum Pemasaran	45
	J. Tabungan.....	46
	K. Pemasaran dalam Islam.....	49
	L. Konsep Pemasaran dalam Islam.....	51
BAB IV	STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HASANAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH HASANAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM	
	A. Strategi Pemasaran Tabungan Hasanah Pada BPRS Hasanah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	54
	B. Faktor Pendukung dan Penghambat Pemasaran Tabungan Hasanah pada BPRS Hasanah Pekanbaru.....	61
	C. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Strategi Pemasaran Tabungan Hasanah pada BPRS Hasanah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	63
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran	68
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Hasanah tahun 2011-2014.....	60
---	----