

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK SUMUT
SYARIAH KCP PANYABUNGAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada
Program Studi Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal

Oleh

Anggina Putri
NIM. 21150011

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK SUMUT
SYARIAH KCP PANYABUNGAN**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada
Program Studi Perbankan Syariah STAIN Mandailing Natal*

Oleh

Anggina Putri
NIM. 21150011

Pembimbing I


Arwin, M.A
NIP.198512162019031007

Pembimbing II


Azizatur Rahmah, M.E
NIP.199106082019032018

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKIRIPSI

Nama : Anggina Putri
NIM : 21150011
Tempat Tanggal Lahir : Bangkelang, 1 Maret 2003
Alamat : Bangkelang
No.HP : 0823 6740 0216

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “**Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada Pt. Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan**”. Adalah benar karya asli saya kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Dan saya bertanggungjawab atas semua data yang termuat di dalamnya.

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

Panyabungan,
Hormat Saya,

Juli 2025



Anggina Putri
NIM. 21150011

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas nama Anggina Putri NIM. 21150011 dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT. Bank SUMUT KCP Syariah Panyabungan”**. Memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk melaksanakan Sidang Munaqasyah.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Juli 2025

PEMBIMBING I



Arwin, M.A
NIP. 198512162019031007

PEMBIMBING II



Azizatur Rahmah, M.E
NIP. 199106082019032018

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut Syariah Kcp Panyabungan”** atas nama Anggina Putri, NIM 21150011, Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 30 Juli 2025.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Arwin, M.A NIP. 198512162019031007	Ketua Sidang Penguji I		12/08-2025
2	Azizatur Rahmah, M.E NIP. 199106082019032018	Sekretaris Sidang Penguji II		14/08-2025
3	Erpiana Siregar, M.E NIP. 198907072019032017	Penguji III		15/08-25
4	Tentiyo Suharto, M.H NIP. 198605122019081001	Penguji IV		19/08-2025

Panyabungan, 15 Agustus 2025

Mengetahui

Ketua STAIN Mandailing Natal



Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 197203132003121002

MOTTO

وَانْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang
berbuat baik.

**“Doa ibu adalah kunci keberkahan dalam setiap langkah
hidup”**

(Penulis)

ABSTRAK

Anggina Putri (2115001). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT.Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya peran perbankan syariah dalam memfasilitasi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji melalui produk tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi pendekatan langsung kepada masyarakat melalui kunjungan langsung ke perkumpulan majelis dan ke kantor-kantor, membagi brosur, kerja sama dengan kantor Kementerian Agama setempat, promosi melalui media sosial, memberikan fasilitas manasik haji akbar gratis ke Medan, serta pelayanan yang cepat dan ramah. Selain itu, pihak bank juga memberikan edukasi mengenai manfaat tabungan haji dan prosedur pendaftaran secara syariah. Strategi-strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat untuk menjadi nasabah tabungan haji. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan pemasaran yang dilakukan melalui strategi pemasaran dengan bauran pemasaran marketing mix 7P yaitu: *Product* (Produk) Barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. *Price* (harga), Strategi penetapan harga yang mempertimbangkan daya beli target pasar. *Place* (tempat), Lokasi dan saluran distribusi yang memudahkan konsumen mendapatkan produk/jasa. *Promotion* (promosi), Kegiatan untuk mengenalkan dan untuk meyakinkan konsumen, seperti iklan, brosur, media sosial dan promosi langsung. *People* (orang), Sumber daya manusia yang terlibat dalam pelayanan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. *Process* (proses), Tata cara dan alur pelayanan yang mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan nasabah. *Physical Evidence* (bukti fisik), Bukti nyata yang menunjang kepercayaan pelanggan terhadap layanan. Data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan wawancara dengan pimpinan, *customer service*, *account officer* dan nasabah yang menabung di PT. Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan Haji, Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

ABSTRACT

Anggina Putri (2115001). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT.Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

This study aims to analyze the marketing strategies implemented by PT Bank Sumut Syariah, Panyabungan Branch, in increasing the number of Hajj savings customers. The background of this research is based on the importance of the role of Islamic banking in facilitating the community to perform the Hajj pilgrimage through savings products that comply with Sharia principles. The research method used is a qualitative method with a descriptive approach, and data were collected through interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that the marketing strategies implemented include direct approaches to the community through visits to religious gatherings (majelis) and offices, distributing brochures, collaborating with the local Ministry of Religious Affairs office, promoting through social media, providing free large-scale Hajj rehearsal (manasik haji akbar) in Medan, and delivering fast and friendly service. In addition, the bank also provides education regarding the benefits of Hajj savings and the Sharia-compliant registration procedures. These strategies have proven effective in increasing public awareness and interest in becoming Hajj savings customers. The study concludes that the marketing approach is carried out through a marketing mix (7P) strategy, which includes: . Product Goods or services offered to customers. Price Pricing strategies that take into account the purchasing power of the target market. Place Locations and distribution channels that make it easier for customers to obtain products/services. Promotion Activities to introduce and persuade customers, such as advertisements, brochures, social media, and direct promotion. People Human resources involved in providing services and influencing customer satisfaction. Process Service procedures and flows that affect customer convenience and satisfaction. Physical Evidence Tangible evidence that supports customer trust in the services. The data used in this research were obtained through interviews with the branch manager, customer service officers, account officers, and customers who hold Hajj savings accounts at PT Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

Keywords: Marketing Strategy, Hajj Savings, Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan

Daftar bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Tsa</i>	Ṣ	Es dengan titik diatas
ج	<i>Jam</i>	J	Je
ح	<i>Ha</i>	Ḥ	Ha dengan titik dibawah
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dzal</i>	Ḍ	Zet dengan titik diatas
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Shad</i>	Ṣ	Es dengan titik dibawah
ض	<i>dhad</i>	Ḍ	De dengan titik dibawah
ط	<i>Tha</i>	Ṭ	Te dengan titik dibawah

ظ	<i>Zha</i>	Z	Zet dengan titik dibawah
ع	<i>'Ain</i>	'	Apostrofterbalik
غ	<i>Ghain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
هـ	<i>Haa</i>	H	Ha
لا	<i>Lam Alif</i>	L	Lam
ء	<i>Hamzah</i>	'	Apostrofterbalik
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak ditengah atau diakhir, maka tulisannya dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal dan monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A

اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliteranya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... ا / آ... ي	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	a>	a dan garis diatas
إ... ي	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	i>	i dan garis di atas
أ... و	<i>Dammah</i> dan <i>waw</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	:	ma>ta
رَمَى	:	rama>
قِيلَ	:	qi>la
يَمُوتُ	:	yamu>tu

D. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *tamarbu>tah* ada dua, yaitu: *tamarbu > tah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tamarbu>tah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah h. Kalau pada kata berakhir dengan *tamarbu > tah*

didikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbu>ta*h itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	= <i>raudah al-atfal</i> = <i>raudatul-atfal</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	= <i>al-Madinah al-Munawwaroh</i> = <i>al-Madinatul-Munawwaroh</i>

E. Syaddah (*tasyidi>d*)

Syaddah atau *tasyidi>d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasyidi>d* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syahdah.

Contoh:

رَبَّنَا	= <i>rabbana</i>	الْحَجَّ	= <i>al-hajj</i>
نَزَّلَ	= <i>nazzala</i>	الْبِرَّ	= <i>al-birr</i>

Jika huruf م ber-*tasydyd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (اِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *mahdah* (i>).

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti iasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الرَّجُلُ	= <i>ar-rajulu</i>	الشَّمْسُ	= <i>asy-syamsu</i>
-----------	--------------------	-----------	---------------------

الْقَلَمُ	= <i>al-qalamu</i>	الْبَدِيعُ	= <i>al-badi'u</i>
-----------	--------------------	------------	--------------------

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	= <i>ta'muruna</i>	النَّوْءُ	= <i>an-nau'u</i>
أَمِرْتُ	= <i>umirtu</i>	إِنَّ	= <i>inna</i>

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering di tulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satrangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh: *Fi Zilal al-Qur'an*, *Al-sunnah qabl al-tadwin*.

I. *Lafz al-jalalah* (هلا)

Kata Allah yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudlaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh: دِنُالله : dinullah, بِالله : billahi.

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf

awal nama diri orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dan judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan.

Contoh: *Nasir al-Din al-Tusi Abu Nasr al-Farabi*.

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji pada PT Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan”** ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang dengan cahaya Islam. Semoga kita semua selalu diberi kemampuan untuk meneladani akhlak beliau dalam kehidupan sehari-hari.

Penulisan skripsi ini tentu bukan hasil dari usaha pribadi semata, melainkan berkat dukungan, bantuan, doa, dan semangat dari berbagai pihak yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M. Ag, selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
2. Bapak Arwin, M.A, Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Siti Kholijah, M.E selaku sekretaris Prodi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal.
3. Bapak Arwin, M.A, pembimbing I dan Ibu Azizatur Rahmah M.E, selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.

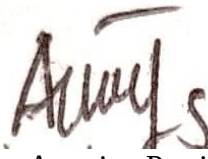
4. Bapak dan ibu dosen program studi perbankan syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada tempat penelitian dan seluruh karyawan yang telah memberi izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan yang telah membantu, memberikan pengetahuan, dan meluangkan waktunya untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
6. Teristimewa saya ucapkan keluarga tercinta Ibunda Yumnaini dan Ayahanda Ikhsan Nasution yang telah mendidik, membimbing, mendukung dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan anak-anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangmya kepada ibu dan ayah tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang tercinta Ari Angga Nasution dan Ari Sandi Nasution yang juga telah memberikan dukungan moral dan material kepada peneliti. dan tidak lupa adik peneliti Arya agung nasution yang memberikan doa dukungan dan motivasi kepada peneliti.
7. Keluargaku, khususnya *Ujing* tercinta Juliana Nasution dan *Udak* Hasmar Husein yang telah banyak berkorban dalam proses kuliah selama 4 tahun ini dan selalu memberi dukungan kepada peneliti.
8. Terimakasih kepada sepupu terbaik Wilda Afriani, Khoirunnisa dan Inri Yani yang telah memberikan dukungan terbaiknya selama proses skripsi ini.
9. Terimakasih kepada keluarga besar yang telah memberikan bantuan berupa dukungan dan doa sehingga peneliti tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan sejauh ini dan terus berusaha sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan peneliti yaitu Siti Hawa Lubis, Nurul Irawan, Azizah Anna Sahra, Suci Indah Pulungan, Warisatul Ummi, dan tidak lupa sahabat KKN Nur Ainun Aslimi Harahap dan Linda Pulungan yang selalu

membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Panyabungan, 25 Juli, 2025



Anggina Putri
Nim. 21150011

DAFTAR ISI

LEMBAR HALAMAN COVER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	iv
PEDOMAN TRANSLATE LITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Penjelasan Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	8

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi pemasaran	10
1. Pengertian Strategi	10
2. Pengertian pemasaran.....	11
3. Pengertian strategi pemasaran	12
4. Jenis-jenis Strategi pemasarn	13
5. Tipe-tipe strategi	14
6. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	15
7. Bank sayraiah	24
8. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah	27

B. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Sumber Data Penelitian	38
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknik Keabsahan Data	40
F. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	43
1. Temuan Umum Penelitian	43
2. Temuan Khusus Penelitian	52
3. Hasil wawancara	63
B. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	72
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Bank Sumut Syariah.....	46
Gambar 4.2 Struktur Organisaasi Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Smart IB Makbul.....	6
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Wawancara	78
Lampiran 2. Hasil Dokumentasi	80
Lampiran 3. Surat riset.....	82
Lampiran 4. Surat Balasan Riset	83
Lampiran 5. Kontrol Konsultasi Skripsi	85
Lampiran 6. Hasil Cek Turnitin	87
Daftar Riwayat	88

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank memiliki peran yang signifikan dalam ekonomi di negara kita. Bank adalah institusi yang beroperasi di sektor keuangan, yang berarti aktivitas perbankan selalu terkait dengan isu-isu di ranah keuangan. Bank merupakan lembaga keuangan yang menjalankan tiga fungsi utama, yaitu menerima deposit uang, memberikan kredit, dan menyediakan layanan di bidang keuangan (Al Musawwa and Hanifah 2023). Oleh karena itu bank dalam kegiatan operasionalnya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali melalui pembiayaan serta menyediakan jasa-jasa lain.

Bank syariah merupakan institusi keuangan yang berperan dalam mempermudah aktivitas bisnis berlandaskan prinsip syariah, yaitu ketentuan perjanjian menurut hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk simpanan dana atau kegiatan bisnis, serta aktivitas lain yang dinyatakan sejalan dengan nilai-nilai syariah. Dimensi kesuksesan bank syariah mencakup keberhasilan di dunia dan akhirat yang sangat memperhatikan kehalalan sumber, kebenaran proses, dan manfaat hasil (Ryandono, Wahyudi, and Rahmawan 2021).

Bank syariah dan bank konvensional dituntut untuk mampu berinovasi dalam produk yang mereka tawarkan. Bank yang bisa bertahan adalah bank yang mampu memenuhi keperluan nasabahnya dengan cepat dan memuaskan. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sebagai lembaga yang senantiasa berupaya menghadirkan pelayanan optimal kepada masyarakat melakukan terobosan pada produknya dengan memperkenalkan produk Tabungan Haji. Persaingan di dunia usaha semakin sengit, memaksa bank syariah mencari strategi yang efisien dan efektif dalam mempromosikan produknya. Dalam era globalisasi, bank dituntut untuk bersikap dan bertindak dengan cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan. Oleh sebab itu setiap bank dituntut untuk bersaing secara kompetitif dalam strategi bisnis guna mencapai sasaran bank serta memahami kebutuhan nasabah.

Setiap bank syariah didirikan dengan tujuan tertentu sehingga dapat tetap hidup dan berkembang. Salah satu tujuan bank tersebut adalah dengan meningkatkan kesejahteraan nasabah dibagian jasa. Tingkat keuntungan dapat dipertahankan apabila Bank Syariah ini dapat mempertahankan produk-produk yang ada di Bank Syariah menurut syariat Islam, salah satunya melalui usaha mencari dan membina nasabah.

Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi bank untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang atau kesempatan yang ada, sehingga posisi bank di masyarakat dapat dipertahankan sekaligus dapat ditingkatkan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada nasabah merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan bank.

Dengan semakin banyaknya jumlah bank dan lembaga keuangan bukan bank membuat persaingan dalam menarik minat nasabah untuk menyimpan uangnya di bank semakin ketat. Apalagi dalam tabungan haji sekarang sudah banyak perusahaan ataupun lembaga non bank yang menawarkan produk tabungan haji yang sudah beredar. Untuk hal tersebut mempengaruhi pola dan strategi manajemen perusahaan perbankan lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan memperoleh sumber dana baru.

PT BPD Sumut atau yang lebih dikenal dengan Bank Sumut adalah sebuah bank pembangunan daerah bersifat devisa didirikan pada tanggal 4 november 1961. Bank Sumut dibentuk dengan status Perseroan Terbatas.

Bank Sumut adalah salah satu Bank di Indonesia dengan nama perusahaan PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. yang berkantor pusat di di Jl Imam Bonjol No. 18, Medan, Sumatera Utara. Bank Sumut kemudian dialihkan menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) pada tahun 1965 sebelum statusnya dikembalikan sebagai Perseroan Terbatas pada tahun 1999. Bank Sumut merupakan salah satu Bank Pembangunan Daerah dengan aset terbesar, yang kini telah mencapai 27 triliun, didukung oleh 200 unit kantor yang mencakup Kantor Cabang Utama, Kantor Cabang, Cabang Pembantu, Cabang Unit Mikro, Kantor Kas, serta Payment Point, dengan area kerja

melibatkan Batam dan DKI Jakarta (Cabang Atrium Senen, Cabang Melawai, dan Capem Cideng). Dalam rangka mendukung layanan syariah, sejak 2004 Bank Sumut telah mendirikan Unit Usaha Syariah yang kini memiliki 18 cabang dan Capem dengan total aset yang mencapai 1,5 triliun. Untuk mendukung layanan perbankan kepada masyarakat, ATM bank Sumut juga telah bergabung dengan jaringan ATM Bersama dan Prima, BANKCARD Malaysia, pembelian pulsa, pembayaran listrik, air, serta berbagai layanan perbankan lainnya dibidang jasa.

Pencapaian Positif Bank Sumut di dorong oleh pengumpulan dana pihak ke tiga (DPK) yang tumbuh pesat. Total asset perbankan Bank Sumut yang mencapai 40,61 triliun pada tahun 2022 perkembangannya mencapai 6,84% sejalan dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terdapat produk perbankan syariah yang di dukung peningkatan infrastuktur dan layanan akses digitalisasi. Pangsa pasar DPK terhadap DPK perbankan internasional tercatat pada tahun 2023 sebanyak 44,4 triliun meningkat sebanyak 9,405% dan terus meningkat pada tahun 2024 sebanyak 45,4 triliun peningkatannya mencapai 2,38%.

Keberadaan PT Bank Sumut KCP Syariah di Panyabungan terbilang sangat sudah tidak asing lagi di telinga masyarakat, letaknya yang sangat strategis dekat dengan pasar sehingga mudah untuk di jangkau oleh masyarakat. Dari beberapa produk yang ada pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan, produk unggulan yang ada di bank sumut syariah salah satu nya adalah produk tabungan Haji Smart IB Makbul dengan menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah*, produk ini terkoneksi secara online dengan aplikasi SISKOHAT untuk mendapatkan porsi dan pelunasan BPIH. Membukka tabungan Haji Di Bank Sumut Sayriah bebas biaya administrasi, setoran awal yang ringan yaitu minimal Rp 100.000, nasabah mendapat perlengkapan haji bagi yang berangkat ke tanah suci ,langsung mendapat porsi haji apabila sudah sesuai dengan syuarat untuk mendapat porsi , manasik haji gratis di asrama haji Medan dengan fasilitas menginap dan bimbingan haji. dan yang terpenting dana yang dikumpulkan dalam tabungan haji tersimpan dengan aman juga terpercaya.

Hal ini memberikan sebuah alternatif yang dapat menghindarkan masyarakat yang memakai jasa travel dan pembiayaan haji yang sekarang rentan terhadap penipuan (Kasmir 2015).

Di Kabupaten Mandailing Natal khususnya daerah Panyabungan masih banyak nasabah yang memilih membuka rekening tabungan haji di bank lain. Sementara seharusnya Bank Sumut Syariah sebagai bank daerah sekaligus bank yang memakai prinsip syariah harus lebih maju di bandingkan bank lain, apalagi yang namanya tabungan haji harusnya yang lebih afdol adalah dengan memilih bank atau lembaga keuangan yang berprinsip syariah agar mendapat ridho ALLAH SWT , ketika nasabah memilih bank atau lembaga yang menggukan prinsip konvensional maka sudah pasti akan menggandung unsur riba, sementara tujuan jamaah haji berangkat ke tanah suci adalah untuk ibadah.

Kabupaten Mandailing Natal, Sumatera Utara, memberangkatkan jamaah haji pada tahun 2022 sebanyak 279 jamaah, dan pada tahun berikutnya yaitu di tahun 2023 jamaah haji yang berangkat dari seluruh mandailing natal mengalami peningkatan yaitu dari tahun lalu hanya 279 maka naik menjadi 429 jamaah, dan di tahun berikutnya juga terus mengalami kenaikan yaitu sebanyak 776 jamaah haji yang adi berangkatkan dari Mandaling Natal dengan tiga keloter.

Adapun srategi pemasaran yang di terapkan di bank sumut syariah ada dalam 7 posisi marketing mix yaitu :

1. *Product* (produk) produk merupakan segala sesuatu yang di tawarkan atau di promosikan kepada konsumen baik dalam bentuk jasa maupun barang.
2. *Price* (harga) harga dalam strategi pemasaran yaitu sejumlah uang yang harus di berikan pelanggan untuk memperoleh suatu produk barang atau jasa.
3. *Place* (lokasi) lokasi yang di pilih sebuah perusahaan dalam proses pemasaran juga menentukan keputusan pelanggan. Lpkasi yang mudah di jangkau dan memiliki akses yang cepat yang memiliki tempat yang strategis dan menarik yang cenderung di minati oleh pelanggan.

4. *Promotion* (promosi) promosi adalah kegiatan memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat dengan tujuan untuk mempengaruhi ataupun membujuk konsumen agar tertarik untuk membeli produk.
5. *People* (manusia) sumber daya manusia (SDM) yang terlibat dalam proses pemasaran juga mempengaruhi ketertarikan konsumen.
6. *Process* (proses) proses yang dimaksud yaitu terkait bagaimana pembuatan atau langkah-langkah pembuatan produk maupun pelayanan jasa pada suatu usaha.
7. *Physical evidence* (bukti fisik) semua bentuk yang memiliki dukungan dalam usaha contohnya seperti logo, spanduk, desain kemasan, penyusunan barang yang rapi (Syaifullah, n.d.).

Itulah konsep marketing mix 7P dalam strategi pemasaran yang ada di Bank Sumut Syariah .

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan Haji sudah sangat bagus, di antaranya, dengan menyebar brosur kepada masyarakat di daerah Mandailing Natal dari kota sampai ke desa-desa. Dengan menyebar brosur kepada masyarakat, dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat dan menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan. Dengan brosur Haji ini juga , masyarakat dapat memperoleh informasi yang jelas dan akurat tentang produk Tabungan Haji, termasuk manfaat fitur dan prosedur pendaftaran.

Dan Produk Tabungan Haji Smart Ib Makbul ini sudah terkoneksi secara online dengan aplikasi SISKOHAT untuk mendapatkan porsi dan pelunasan BPIH. Dengan keuntungan:

1. Bebas biaya administrasi
2. Setoran awal yang ringan
3. Nasabah mendapatkan perlengkapan Haji bagi yang berangkat ke tanah suci
4. Langsung mendapat nomor porsi Haji apabila sudah selesai dengan syarat untuk mendapat porsi

5. Manasik Haji gratis di Asrama Haji Medan dengan fasilitas menginap dan bimbingan Haji

Tabel 1.1

**Jumlah Nasabah Tabungan Haji Smart Ib Makbul Pada PT Bank Sumut
Syariah KCP Panyabungan Periode Tahun 2020-20224**

NO	Tahun	Jumlah nasabah	Pertumbuhan %
1	2020	1603	–
2	2021	1672	4,30%
3	2022	3281	96,24%
4	2023	3391	3,34%
5	2024	3589	5.84%

Sumber: PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas terlihat bahwa Jumlah nasabah Tabungan Haji Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan menunjukkan peningkatan setiap tahun. Tahun 2021 naik 4,30% dari 2020, diikuti lonjakan besar pada 2022 sebesar 96,24% yang kemungkinan penyebab terjadinya lonjakan peningkatan jumlah nasabah adalah dengan promosi yang dilakukan dan meningkatnya minat pasca pandemi. Tahun 2023 pertumbuhan melambat menjadi 3,35%, lalu kembali meningkat pada 2024 sebesar 5,84%. Secara keseluruhan, periode ini mencerminkan kinerja pemasaran yang positif meski persentasenya naik turun.

Persentase DPK untuk Tabungan Haji makbul sangat baik dan terus mengalami peningkatan, jumlah nasabah selalu bertambah setiap tahunnya. Hal ini menarik untuk dianalisis lebih dalam mengenai produk tabungan haji makbul, yang merupakan andalan di Bank Sumut syariah dan mengalami lonjakan jumlah nasabah dibandingkan produk lainnya.

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan kajian tentang strategi pemasaran produk Tabungan Haji, khususnya tentang strategi pemasaran Produk

Tabungan Haji di Bank Sumut Syariah Dengan mengambil judul **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Pt. Bank Sumut Kcp Syariah Panyabungan”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang masalah yang telah dibahas yaitu:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan?
2. Tantangan dan hambatan dalam Pemasaran produk Tabungan Haji SMART IB Makbul Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan.
2. Untuk mengetahui tantangan apa saja yang dihadapi oleh PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan dalam memasarkan produk Tabungan Haji SMART IB Makbul.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti khususnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan. Dan salah satu tugas dalam mencapai gelar S.E.

2. Bagi STAIN Mandailing Natal

Hasil penelitian dapat di jadikan acuan ataupun menjadi pertimbangan bahan referensi untuk peneliti berikutnya, selain itu penelitian ini juga dapat juga di jadikan sebagai bahan informasi baik itu dari kalangan mahasiswa ataupun dari pihak-pihak yang berkepentingan

3. Bagi PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan sebagai masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

4. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi penelitian lebih lanjut dalam melakukan penelitian di masa mendatang mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

E. Penjelasan Istilah

Istilah-istilah dalam Judul:

1. Strategi Pemasaran: Rencana atau taktik yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa mereka kepada target pasar.
2. Pemasaran: Proses atau kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mempromosikan dan menjual produk atau jasa mereka kepada target pasar.
3. Meningkatkan Jumlah Nasabah: Meningkatkan jumlah orang yang menggunakan jasa atau produk perbankan, dalam hal ini adalah tabungan haji.
4. Tabungan Haji: Jenis tabungan yang khusus digunakan untuk menabung biaya haji atau umrah.
5. PT. Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan: Nama bank yang menjadi objek penelitian, yaitu Bank Sumut KCP Syariah Panyabungan.
6. Syariah: Sistem perbankan yang berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam, yaitu sistem perbankan yang tidak menggunakan bunga dan lebih berfokus pada keadilan dan kejujuran.

F. Sistematika pembahasan

1. Bab I Pendahuluan

Pendahuluan terdiri dari: Latar Belakang Masalah, rumusan Masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, , dan Sistematika Pembahasan, latar belakang masalah yang berisikan uraian yang

penelusuran dan penjabaran seluruh aspek yang menjadi masalah yang menjadi objek peneliti.

2. Bab II Kajian Teori

Dalam bab ini dibahas tentang pengetahuan tentang pemasaran produk tabungan haji di Bank Sumut Syariah KCPSy Panyabungan dan hasil penelitian terdahulu yang relevan minimal 3 buah.

3. Bab III Metode Penelitian

Yang berisi Tempat dan Waktu Penelitian, sumber data penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Keabsahan Data, Teknik Analisis Data.

4. Bab IV Hasil Dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan hasil dari penulisan, yaitu bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji pada Bank Sumut Syariah KCP Panyabungan

5. Bab V Kesimpulan

Bab ini berisi penulisan yang terdiri dari kesimpulan dan saran.