

**PENERAPAN STRATEGI *MARKETING CANVASSING* DALAM UPAYA
MENARIK MINAT NASABAH TABUNGAN SIAGA HAJI MUDA DI KB
BANK SYARIAH SURABAYA**

SKRIPSI

Skripsi
Diajukan Kepada:
Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Perbankan Syariah

Oleh :

Kelvin Ridho Alfarisi
20201700231017

Dosen Pembimbing:

Dr. Lu'lu'il Maknuun, SE, MM
UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM
Mojokerto
NIDN. 2124099002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Kelvin Ridho Alfarisi, 2024, Penerapan Strategi *Marketing Canvassing* Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Tabungan Siaga Haji Muda Di KB Bank Syariah Surabaya, Skripsi Prodi Perbankan Syariah Universita KH Abdul Chalim, Pembimbing: Dr. Lu'lu'il Maknuun, S.E, M.M

Kata Kunci : Strategi *Marketing Canvassing*, Tabungan Haji Muda, Minat

Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah lembaga atau perusahaan, dan harus diperhatikan demi tercapainya sebuah keberhasilan. Setiap perusahaan harus merencanakan suatu sistem strategi pemasaran yang akan digunakan untuk menarik minat nasabah. Adapun strategi pemasaran yang digunakan untuk menarik minat nasabah tabungan siaga haji muda di KB Bank Syariah Surabaya yaitu dengan metode *canvassing*, dengan menggunakan metode ini jumlah nasabah tabungan siaga haji muda mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field Reseach* atau penelitian lapangan yang digunakan untuk memperjelas teori dan praktik menggunakan data primer. metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif atau metode penelitian *naturalistic*. dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data-data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pimpinan, karyawan dan juga nasabah KB Bank Syariah Surabaya, dan dokumentasi berupa data yang mendukung penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini adalah, penerapan strategi *marketing canvassing* di KB Bank Syariah Surabaya dilakukan dengan beberapa langkah yaitu menentukan target, menyiapkan materi, pengenalan atau penjelasan, dan *follow up*. Namun, dalam penerapannya terdapat beberapa hambatan diantaranya yaitu efisiensi waktu dan tidak ada PIC yang bisa dihubungi langsung, akan tetapi dari hambatan-hambatan tersebut masih bisa diatasi, sehingga produk ini tetap mendapat respon positif dari masyarakat.

ABSTRACT

Kelvin Ridho Alfarisi, 2024, Application of Marketing Canvassing Strategy in an Effort to Attract Interest from Young Hajj Alert Savings Customers at KB Bank Syariah Surabaya, Thesis of Sharia Banking Study Program at KH Abdul Chalim University, Supervisor: Dr. Lu'lu'il Maknuun, S.E, M.M

Keywords: Marketing Canvassing Strategy, Young Haji Savings, Interest

Marketing strategy has a very important role in an institution or company, and must be considered in order to achieve success. Every company must plan a marketing strategy system that will be used to attract customer interest. The marketing strategy used to attract the interest of young Hajj standby savings customers at KB Bank Syariah Surabaya is the canvassing method. By using this method the number of young Hajj standby savings customers has increased quite significantly.

The type of research used is field research or field research which is used to clarify theory and practice using primary data. The research method used is a qualitative research method or naturalistic research method. In this research, researchers obtained data by observation, interviews and documentation. Interviews were conducted with leaders, employees and also customers of KB Bank Syariah Surabaya, and documentation in the form of data that supports this research.

The results of this research are that the implementation of the marketing canvassing strategy at KB Bank Syariah Surabaya was carried out using several steps, namely determining targets, preparing materials, introduction or explanation, and follow-up. However, in its implementation there are several obstacles, including time efficiency and no PIC who can be contacted directly, however these obstacles can still be overcome, so that this product still gets a positive response from the public

خلاصة

كلفن ريدهو الفارسي، 2024، تطبيق استراتيجية التسويق في محاولة لجذب الاهتمام من عملاء التوفير الشباب في بنك KB Bank Syariah Surabaya، أطروحة برنامج دراسة الخدمات المصرفية الشرعية في جامعة معهد مدرسة كياي حاجي الإسلامية الداخلية. عبد الحلیم المشرف: د. لؤلؤ مكنون، س.إ.م.م

الكلمات المفتاحية: استراتيجية الاستطلاع التسويقي، مدخرات الحاج الشاب

استراتيجية التسويق لها دور مهم جداً في المؤسسة أو الشركة، ويجب أخذها بعين الاعتبار لتحقيق النجاح. يجب على كل شركة أن تخطط لنظام استراتيجية التسويق الذي سيتم استخدامه لجذب اهتمام العملاء. إن KB Bank Syariah استراتيجية التسويق المستخدمة لجذب اهتمام عملاء الادخار الاحتياطين الشباب هي طريقة جمع الأصوات، وباستخدام هذه الطريقة، زاد عدد عملاء الادخار الاحتياطين Surabaya الشباب بشكل كبير.

نوع البحث المستخدم هو البحث الميداني أو البحث الميداني الذي يستخدم لتوضيح النظرية والممارسة. باستخدام البيانات الأولية. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة البحث النوعي أو طريقة البحث الطبيعي في هذا البحث، حصل الباحثون على البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلات والوثائق. تم إجراء مقابلات مع وتم التوثيق في شكل بيانات تدعم هذا البحث، KB Bank Syariah Surabaya قادة وموظفي وعملاء

KB Bank Syariah Surabaya نتائج هذا البحث هي أن تنفيذ استراتيجية استطلاع الرأي التسويقي في تم تنفيذه باستخدام عدة خطوات، وهي تحديد الأهداف، وإعداد المواد، والمقدمة أو الشرح، والمتابعة. ومع الذي يمكن الاتصال PIC ذلك، هناك العديد من العقبات في تنفيذه، بما في ذلك كفاءة الوقت وعدم وجود به مباشرة، ولكن لا يزال من الممكن التغلب على هذه العقبات، بحيث لا يزال هذا المنتج يحصل على استجابة إيجابية من الجمهور