

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PRODUK TABUNGAN IB HIJRAH DI BANK MUAMALAT**

KCP MADIUN

SKRIPSI

Oleh:

Mutiara Diana Rizal

20201700231027



UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2024

**STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN IB HIJRAH DI BANK
MUAMALAT KCP MADIUN
SKRIPSI**

Diajukan kepada:
Fakultas Syariah Universitas KH. Abdul Chalim
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Perbankan Syariah

Oleh :
Mutiara Diana Rizal
20201700231027

Dosen Pembimbing :
Lutvi Alamsyah, S.E., M.M, CRMP
NIDN. 2124099002

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM**

MOJOKERTO

2024

ABSTRAK

Mutiara Diana Rizal, 2024, Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan IB Hijrah Di Bank Muamalat KCP Madiun, Skripsi Prodi Perbankan Syariah, Universitas KH. Abdul Chalim, Pembimbing: Lutvi Alamsyah, S.E., M.M, CRMP

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tabungan IB Hijrah

Pengembangan strategi pemasaran memegang peran penting dalam kesuksesan perusahaan, termasuk Bank Muamalat KCP Madiun yang menawarkan produk Tabungan IB Hijrah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Madiun. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi pendekatan dan sosialisasi kepada yayasan, sekolah, dan pesantren, serta kerja sama dengan pihak-pihak tersebut. Pendekatan ini bertujuan untuk mengenalkan produk dan menumbuhkan budaya menabung. Strategi pemasaran lainnya mencakup kemudahan dalam membuka rekening secara online, bebas biaya layanan bulanan, setoran awal yang ringan, serta pemberian subsidi transaksi bulanan. Strategi "jemput bola" juga diterapkan dengan petugas yang mendatangi langsung nasabah potensial.

Dampak strategi pemasaran ini terlihat dari peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya, dengan angka yang fluktuatif namun menunjukkan peningkatan secara keseluruhan. Implementasi strategi pemasaran yang efektif dan efisien ini berhasil menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama, membuktikan keberhasilan strategi jemput bola dalam memasarkan produk tabungan IB Hijrah di Bank Muamalat KCP Madiun.

ABSTRACT

Mutiara Diana Rizal, 2024, Marketing Strategy In An Effort To Increase The Number Of Customers For IB Hijrah Savings Products At Bank Muamalat KCP Madiun, Thesis Of Sharia Banking Study Program, KH. Abdul Chalim University, Advisors: Lutvi Alamsyah, S.E., M.M, CRMP

Keywords : Marketing Strategy, IB Hijrah Savings

The development of marketing strategies plays an important role in the success of a company, including Bank Muamalat KCP Madiun, which offers the IB Hijrah Savings product. This study aims to understand the marketing strategies in an effort to increase the number of customers for the IB Hijrah Savings product at Bank Muamalat KCP Madiun. The method used is qualitative, with data collection techniques through observation, interviews, and documentation.

The research results show that the marketing strategies implemented include outreach and socialization to foundations, schools, and Islamic boarding schools, as well as collaboration with these entities. This approach aims to introduce the product and foster a savings culture. Other marketing strategies include the ease of opening accounts online, no monthly service fees, low initial deposits, and monthly transaction subsidies. The "jemput bola" strategy is also applied, with staff directly visiting potential customers.

The impact of these marketing strategies is evident from the increase in the number of customers each year, with fluctuating figures but an overall upward trend. The implementation of effective and efficient marketing strategies has successfully attracted new customers and retained existing ones, proving the success of the "jemput bola" strategy in marketing the IB Hijrah Savings product at Bank Muamalat KCP Madiun.

خلاصة

موتيارا ديانا ريزال، ٢٠٢٤، استراتيجية التسويق في الجهود الرامية إلى زيادة عدد عملاء منتجات الادخار IB الهجرة في بنك معاملات KCP ماديون، أطروحة برنامج دراسة الخدمات المصرفية الشرعية، جامعة KH. عبد الحليم، المشرف: لطفي الامسية، S.E.، M.M.، CRMP

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، الادخار البكالوريا الدولية

يلعب تطوير استراتيجيات التسويق دورًا مهمًا في نجاح الشركات، بما في ذلك بنك معاملات KCP Madiun الذي يقدم منتجات التوفير IB Hijrah. يهدف هذا البحث إلى فهم استراتيجيات التسويق في محاولة لزيادة عدد عملاء منتجات الادخار IB Hijrah في بنك Muamalat KCP Madiun. أما الطريقة المستخدمة فهي نوعية مع تقنيات جمع البيانات من خلال الملاحظة والمقابلات والتوثيق.

وتظهر نتائج البحث أن استراتيجية التسويق المطبقة تشمل النهج والتواصل مع المؤسسات والمدارس والمدارس الداخلية الإسلامية، فضلًا عن التعاون مع هذه الأطراف. ويهدف هذا النهج إلى تقديم المنتجات وتعزيز ثقافة الادخار، وتشمل استراتيجيات التسويق الأخرى سهولة فتح حساب عبر الإنترنت، ورسوم الخدمة الشهرية المجانية، والودائع الأولية المنخفضة، وتقديم إعانات المعاملات الشهرية. يتم أيضًا تنفيذ إستراتيجية "التقاط الكرة" حيث يتوجه المسؤولون مباشرةً إلى العملاء المحتملين.

يمكن ملاحظة تأثير استراتيجية التسويق هذه من خلال الزيادة في عدد العملاء كل عام، حيث تتقلب الأرقام ولكنها تظهر زيادة إجمالية. وقد نجح تنفيذ هذه الاستراتيجية التسويقية الفعالة والكفوة في جذب اهتمام العملاء الجدد والاحتفاظ بالعملاء القدامى، مما يثبت نجاح استراتيجية الالتقاط في تسويق منتجات الادخار IB Hijrah في بنك معاملات KCP ماديون.