

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Marketing Syariah dalam Meningkatkan Nasabah Produk Pembiayaan Dana Haji (Studi Kasus Bank Panin Dubai Syariah Kantor Cabang Unit Malang)” ditulis oleh Fania Rizka Putri Meidiana, NIM. 12401173289 Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dibimbing oleh Bapak Ahmad Supriyadi M.Pd.I.

Penelitian ini di latarbelakangi dari strategi marketing yang merupakan suatu wujud rencana dalam pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal. Bank Panin Dubai Syariah merupakan layanan keuangan syariah yang mempunyai produk unggulan yaitu produk pembiayaan dana haji. Dalam 4 tahun terakhir nasabah pembiayaan dana haji yang selalu meningkat, penelitian ini membahas mengenai implementasi strategi marketing syariah dalam meningkatkan nasabah produk pembiayaan dana haji.

Rumusan masalah penelitian ini adalah: 1) Bagaimana implementasi strategi marketing syariah dalam meningkatkan nasabah produk pembiayaan dana haji di Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang? 2) bagaimana kendala dan solusi yang diberikan dalam pengimplementasian strategi marketing syariah di Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang?

Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Data disajikan dengan menggunakan teks yang bersifat naratif. Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 2 bulan dilaksanakan di Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dengan Narasumber adalah Bapak Luthfi Abdillah sebagai pimpinan cabang, dan Ibu Amalia Hidayah sebagai marketing, dan Ibu Muntatiah yaitu Nasabah Pembiayaan Dana Haji.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dalam implementasi strategi marketing syariah untuk meningkatkan nasabah produk pembiayaan dana haji yaitu dengan berlandaskan teori yang paling efektif menerapkan bauran pemasaran atau *Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion)*. 2) Kendala dan Solusi dalam implementasi strategi marketing syariah dalam meningkatkan nasabah produk pembiayaan dana haji Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang yaitu meliputi a). Kurangnya personil dalam proses kegiatan marketing. Dengan demikian perbankan mempunyai solusi untuk mengurangi kendala yang dialami marketing yaitu mempunyai agen agen haji yang diterapkan ke berbagai cabang sehingga dapat mempermudah proses marketingnya. b). Minimnya pengetahuan masyarakat terdapat produk yang dimiliki Bank Panin Dubai Syariah dengan memberikan solusi yaitu membangun jaringan dengan terjun langsung ke majelis pengajian umum, mengadakan seminar ke berbagai kantor atau lembaga religius dengan tujuan memperkenalkan sistem dan skema produk yang dimiliki Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.

Kata Kunci: Nasabah, Pembiayaan Dana Haji, Strategi Marketing Syariah.

ABSTRACT

Thesis with the title "Implementation of Sharia Marketing Strategies in Increasing Customers of Hajj Fund Financing Products (Case Study of Panin Dubai Sharia Bank Branch Office Malang)" was written by Fania Rizka Putri Meidiana, NIM. 12401173289 Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, supervised by Mr. Ahmad Supriyadi M.Pd.I.

This research is based on the marketing strategy which is a form of planning in marketing. To obtain optimal results. Panin Dubai Syariah Bank is a sharia financial service that has a superior product, namely Hajj fund financing products. In the last 4 years, the customers of Hajj fund financing are always increasing, this study discusses the implementation of sharia marketing strategies in increasing customers of Hajj fund financing products.

The formulation of the research problem is: 1) How is the implementation of sharia marketing strategy in increasing customer financing products for Hajj funds at Panin Dubai Syariah KCU Malang? 2) what are the constraints and solutions given in implementing the sharia marketing strategy at Panin Dubai Sharia Bank KCU Malang?

This study uses a descriptive qualitative research method with data collection techniques through observation, in-depth interviews and documentation. Data is presented using narrative text. This research was carried out within 2 months and was carried out at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang with the resource persons being Mr. Luthfi Abdillah as branch manager, and Mrs. Amalia Hidayah as marketing, and Mrs. Muntatiah, the customer of Hajj Fund Financing.

The results of this study indicate that: 1) Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang in implementing a sharia marketing strategy to increase customers of Hajj fund financing products, namely based on the most effective theory of applying the marketing mix or Marketing Mix 4P (Product, Price, Place, Promotion). 2) Constraints and Solutions in the implementation of sharia marketing strategies in increasing customer financing products for Hajj funds at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang, which include a). Lack of personnel in the process of marketing activities. Thus, banks have a solution to reduce the constraints experienced by marketing, namely having hajj agents who are applied to various branches so as to facilitate the marketing process. b). The lack of public knowledge about the products owned by Bank Panin Dubai Syariah by providing solutions, namely building a network by going directly to the general recitation assembly, holding seminars to various offices or religious institutions with the aim of introducing the system and product schemes owned by Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.

Keywords: Customers, Hajj Fund Financing, Sharia Marketing Strategy.