

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Bank Syariah Indonesia Untuk Menarik Minat Remaja Terhadap Produk Tabungan Mabru Junior di Kantor Cabang Pembantu Tulungagung” ini ditulis oleh Khusnul Khotimah, 12401183104, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Refki Rusyadi, M.Pd.I.

Fenomena pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung ini didasari karena lamanya daftar tunggu (*waiting list*). Karena adanya kuota haji maka tidak semua orang bisa langsung berangkat haji pada tahun berjalan. Pendaftaran yang dilakukan sekarang akan berangkat sekitar 22 tahun yang akan datang. Pelaksanaan ibadah haji pada saat ini banyak yang terjadi Ketika sudah tidak memiliki kekuatan atau fisik yang kuat untuk melakukan ibadah baru bisa berangkat haji. Bisa dilihat dari data kematian jaamah haji banyak terjadi pada usia 60 tahun ke atas karena semakin rentan terhadap penyakit. Untuk meminimalisir terjadinya hal ini, maka Bank Syariah Indonesia membuat tabungan Mabru Junior yang di khususkan untuk anak-anak muda.

Fokus penelitian ini adalah (1) apa latar belakang Bank Syariah Indonesia membidik pasar remaja dalam program tabungan haji? (2) bagaimana implementasi strategi Bank Syariah Indonesia di lapangan dalam membidik pasar remaja?. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui latar belakang Bank Syariah Indonesia membidik pasar remaja dalam program tabungan haji dan untuk mengetahui implemmentasi strategi Bank Syariah Indonesia di lapangan dalam membidik pasar remaja.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dan jenis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Sumber data yang dipakai adalah sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dilakukan dengan pihak Bank Syariah Indonesia dan nasabah Bank Syariah Indonesia serta dokumentasi. Dalam menganalisis data dilakukan dengan tahap reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa (1) latar belakang Bank Syariah Indonesia membidik pasar remaja dalam program tabungan haji yaitu untuk meminimalisir adanya ketidaksempurnaan dalam pelaksanaan haji karena dengan aktivitas ibadah yang padat, jemaah calon haji dituntut memiliki fisik yang kuat agar bisa menjalankan rangkaian ibadah haji tanpa halangan. Dengan adanya tabungana mabru junior ini remaja akan dapat melaksanakan ibadah haji tidak pada usia tua dan bisa melaksanakan ibadah haji secara sempurna. (2) strategi yang digunakan Bank Syariah Indonesia di lapangan dalam membidik pasar remaja yaitu dengan *Personal selling* (penjualan langsung) dengan cara ini lebih mudah untuk mendapatkan respon, membandingkan 4P (*product, price, place, dan promotion*), promosi lewat media sosial dan menyebarkan brosur.

Kata Kunci: Mabru Junior, Minat Remaja, Strategi

ABSTRACT

Thesis with the title “Indonesian Sharia Bank Strategy to Attract Teenagers Interest in Mabror Junior Savings Products at the Tulungagung Sub-Branch Office” was written by Khusnul Khotimah, 12401183104, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Refki Rusyadi, M.Pd.I.

This bank phenomenon is based on the length of the waiting list. Due to the hajj quota, not everyone can immediately go to hajj in the current year. Registrations made now will depart about 22 years from now. The implementation of the pilgrimage at this time a lot is happening when you don't have the strength to perform the new worship you can go for Hajj. To minimize this occurrence, Bank Syariah Indonesia has created a Hajj savings program for teenagers or junior mabrur savings. The objective of Bank Syariah Indonesia regarding Hajj savings is especially for young people.

The focus of the problem in this research is (1) what is the background of Bank Syariah Indonesia targeting the youth market in the Hajj savings program?, (2) how is the implementation of the strategy of Bank Syariah Indonesia in the field in targeting the youth market?. The purpose of this study was to determine the background of the Indonesian Islamic Bank targeting the youth market in the Hajj savings program and to determine the implementation of the Indonesian Sharia Bank strategy in the field in targeting the youth market.

This research includes field research, using a qualitative research approach and the type of analysis used in this research is descriptive analysis. This research was conducted at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Sub-Branch Office. The data sources used are primary and secondary data sources. Data was collected by means of observation, interviews were conducted with Bank Syariah Indonesia and customers of Bank Syariah Indonesia as well as documentation. In analyzing the data, it is carried out with the stages of data reduction, displaying data and drawing conclusions.

Based on the results of the study, the background of Bank Syariah Indonesia targeting the youth market in the Hajj savings program is to minimize imperfections in the implementation of the Hajj because with dense worship activities, prospective pilgrims are required to have a strong physique in order to be able to carry out a series of Hajj without hindrance. With the existence of this junior mabrur savings, teenagers will be able to carry out the pilgrimage not at an old age and be able to carry out the pilgrimage perfectly. The strategy used by Bank Syariah Indonesia in the field in targeting the youth market is by personal selling (direct selling) in this way it is easier to get a response, comparing the 4Ps (product, price, place, and promotion), promotion through social media and distributing brochures and banners, holding webinars to schools, campuses and visiting places where products and services can be accepted at Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Adolescent Interest, Mabror Junior, Strategy