

**STRATEGI MARKETING MIX BANK DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**
(Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

SKRIPSI



Oleh

M. Syafiqul Umam
NIM: 05610103

**JURUSAN MENEJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

**STRATEGI MARKETING MIX BANK DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**
(Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

Diajukan kepada :
Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

M. SYAFIQUL UMAM
NIM: 05610103



**JURUSAN MENEJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2012**

LEMBAR PERSETUJUAN

Strategi Marketing Mix Bank Dalam Meningkat Jumlah Nasabah

(Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

S K R I P S I

Oleh

M. Syafiqul Umam
NIM : 05610103

Telah Disetujui 16-07-2012
Dosen Pembimbing,

Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag
NIP 1971121 11999031003

Mengetahui :
Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Strategi Marketing Mix Bank Dalam Meningkat Jumlah Nasabah

(Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

S K R I P S I

Oleh
M. SYAFIQUL UMAM
NIM 05610103

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 10 Juli 2012

Susunan Dewan Pengaji

Tanda Tangan

- | | |
|--|-------|
| 1. Ketua
Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 1977056 200312 2 001 | : () |
| 2. Sekretaris/Pembimbing
Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag
NIP. 19711211 199903 1 003 | : () |
| 3. Pengaji Utama
Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag
NIP. 1962101 199803 1 001 | : () |

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP. 19720212 200312 1 003



BUKTI KONSULTASI

Nama : M.Syafiqul Umam
NIM/Jurusan : 05610103/ Manajemen
Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING MIX BANK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
(Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tandatangan Pembimbing
1.	13 Februari 2012	Proposal	1
2.	20 Februari 2012	Revisi Proposal	2
3.	27 Februari 2012	Revisi Proposal	3
4.	12 maret 2012	Revisi Proposal	4
5.	19 maret 2012	Revisi Proposal	5
6.	26 maret 2012	Revisi Proposal	6
7.	10 April 2012	Acc Proposal	7
8.	27 April 2010	Seminar	8
9.	14 Mei 2012	Revisi BAB I,II, III, IV	9
10.	18 Juni 2012	Revisi BAB I, II,III, IV, V	10
11.	25 Juni 2012	Acc keseluruhan	11

Malang, 25 Juni 2012
Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si
NIP 19720212 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : M. Syafiqul Umam

NIM : 05610103

Alamat : jl. Kalidawir 01 Rt. 02 Rw.01 Tanggulangin Sidoarjo

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **Strategi Marketing Mix Bank Dalam Meningkat Jumlah Nasabah (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplicasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 23 JULI 2012
Hormat saya,

M.Syafiqul Umam
NIM 05610103

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Robbul Izzati yang telah mengatur roda kehidupan, dan semoga hanya kepada-Nyalah kita menundukkan hati dengan mengokohkan keimanan kita dalam keridhoan-Nya. Karena berkat Rahmat dan Rahim-Nya pula skripsi yang berjudul "**Strategi Marketing Mix Bank Dalam Meningkat Jumlah Nasabah**"

Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada sang revolusioner sejati kita, yaitu Rasulullah SAW, karena atas perjuangannya beliu kita dapat merasakan kehidupan yang lebih bermakna dengan kemajuan ilmu pengetahuan yang didasarkan pada iman dan islam.

Dengan penuh ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan teriring do'a kepada semua pihak yang telah membantu demi kelancaran penulisan skripsi ini. Secara khusus penulis sampaikan kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang beserta stafnya yang telah memberikan fasilitas selama proses belajar mengajar.
2. Bapak Dr. HA. Muhtadi Ridwan, MA. selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si. selaku Ketua jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi penulis, atas kesabaran, ketelitian, motivasi, masukan dan keikhlasan

dalam meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mendidik, membimbing mengajarkan dan mencerahkan ilmu-ilmunya kepada penulis. Semoga Allah melipat gandakan amal kebaikan mereka, Amin.
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang dengan sabar telah membimbing, mendo'akan, mengarahkan, memberi kepercayaan, kerja keras dan keagungan do'a serta pengorbanan materi maupun spiritual demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, baik secara spiritual, moril maupun materil.

Penulis hanya dapat berucap terima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdo'a atas segala motivasi dan dukungannya, semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kebaikan yang telah terjadi, amin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya penulis berharap adanya kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca, agar lebih bertambah kesempurnaan ilmu pengetahuan yang akan datang, amin

Malang, 19 Juli 2012

Penulis,

M. Syafiqul Umam

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Perusahaan	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teori.....	12
2.2.1. Strategi Pemasaran	12
2.2.2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	24
2.2.3. Pengertian Bank Syariah.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	41
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Fokus Penelitian.....	43
3.4 Objek dan lokasi penelitian	43
3.5 Sumber Data	43
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45

BAB	IV	:	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1.	Hasil Penelitian	46	
4.2	Pembahasan	61	
BAB	V	:	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1	Kesimpulan.....	78	
5.2	Saran.....	79	

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel	
1.1 Data Jumlah Nasabah Tabungan 2007-2011	5
1.2 Data Jumlah Nasabah Pembiayaan 2007-2011.....	5
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 42

ABSTRAKSI

M. Syafiqul Umam, 2012, SKRIPSI. Judul : Strategi Marketing Mix Bank Dalam Meningkat Jumlah Nasabah (Studi Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu)

Pembimbing : Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Kata kunci : Strategi,Marketing mix

Mencermati peluang yang ada, strategi pemasaran dituntut untuk dapat mengambil langkah cepat dalam memanfaatkan peluang. Bank syariah dalam hal ini sebagai lembaga baru yaitu berada pada tahap pengenalan, dituntut untuk meningkatkan sosialisasi dan perbaikan dalam pelayanan untuk mengambil peluang, dalam fase ini konsumen cenderung untuk mencoba-coba dan membandingkan dengan jasa yang ada pada bank syariah itu sendiri. Strategi pemasaran menentukan dalam proses pemasaran, karena mempunyai peranan terhadap perkembangan perusahaan atau lembaga. Ditambah dengan pesatnya arus informasi dan komunikasi yang telah banyak merubah gaya hidup masyarakat, sehingga konsumen sangat jeli dalam memilih produk. Tujuan penelitian, untuk mendeskripsikan Bagaimana strategi marketing mix Bank perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu dalam meningkatkan jumlah nasabah. Untuk mendeskripsikan Bagaimana penerapan marketing mix Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu terhadap peningkatan jumlah nasabah

Dalam pandangan penelitian kualitatif, gejala itu bersifat holistik (menyeluruh, tidak dapat dipisah-pisahkan), sehingga peneliti tidak akan menetapkan penelitiannya hanya berdasarkan variabel penelitian, yaitu produk, harga dan promosi.. Mendeskripsikan strategi pemasaran produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk yang telah di pasarkan dengan mengungkapkan; Mendeskripsikan dan mengklarifikasi tentang penerapan teori pemasaran yang meliputi 3P (*Product, Price, Promotion*). Dari teori pemasaran tersebut yang lebih ditekankan oleh peneliti adalah permasalahan yang berkaitan dengan produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bumi Rinjani Kota Batu terhadap jumlah nasabah yang diperoleh.

Strategi Marketing Mix yang digunakan oleh PT. BPRS Bumi Rinjani Batu dalam meningkatkan jumlah nasabah yakni melakukan promosi dengan cara : Produk yang ditawarkan PT. BPRS Bumi Rinjani Batu dibuat dengan tawaran bagi hasil yang menguntungkan bagi nasabah. Dengan persyaratan yang ringan, diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah dan calon nasabah untuk lebih tertarik akan produk yang ditawarkan. Harga atau keuntungan yang ditawarkan kepada nasabah maupun calon nasabah sangat menguntungkan. Keuntungan diperoleh dengan bagi hasil antara pihak PT. BPRS Bumi Rinjani Batu dengan nasabah maupun calon nasabah

Abstract

M. Syafiqul Umam, 2012, Thesis. Title: Mix Marketing Strategy of Bank in increasing Clients Studies in Credit Bank Syariah Bumi Rinjani Batu City)

Supervisor: Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag

Keywords: Strategy, Marketing mix

In Observing opportunities, marketing strategy needs to be able to take advantage of opportunities in a fast pace. In this case, Syariah Bank as a new institution that is at the stage of introduction, expected to improve the dissemination and improvement in service to take the opportunity, in this phase, consumers tend to try and compare with existing services at the Syariah Bank themselves. Marketing strategy determines the marketing process, because it has a role to the development the company or institution. Coupled with the rapid flow of information and communication has changed the lifestyle of the community, so that consumers are very keen in choosing the product. The objective of this Research is to describe how mix marketing strategy of bank credit Syariah Bank Bumi Rinjani Batu in increasing the number of customers. How to describe the application of mix marketing of bank credit Bumi Rinjani Batu of Syariah Bank in increasing the number of customers.

In qualitative research, the phenomenon is holistic (can not be separated), so the researcher will not set the research based on variables study, namely product, price and promotion. Describing the product marketing strategy Syariah credit Banks of Bumi Rinjani Batu in increasing the number of customers on products that have been marketed to disclose; Describing and clarify the application of marketing theory which includes the 3P (Product, Price, Promotion). From marketing theory, the researcher is more emphasized the issues related to Syariah credit Bank products Bumi Rinjani Batu City to the number of customers acquired.

Marketing Mix strategies used by PT. BPRS Bumi Rinjani Batu city in increasing the number of customers is doing promotions by: Products offered by PT. Bumi Rinjani Batu (SRB) is made a bid for a favorable outcome for customers. With mild conditions, it is expected to increase the interest of customers and prospective customers to be more interested in the products offered. Prices or benefits offered to customers and prospective customers are very profitable. The advantage obtained by dividing the profit between the PT. SRB Bumi Rinjani Batu with customers and prospective customers

مستخلص البحث

محمد شافق الأمام ، 2012 م، المصرف استراتيجية المزدوج التسويقي في ارتفاع عدد عملاء (دراسات في المناطق الريفية في المصرف الشرعيه Rinjani مدينة ستون الأرض).

المشرف : الدكتور نور أنساوي

الكلمات الأساسية : الاستراتيجية، والتسويق

ولاحظ أن هناك فرضا، واستراتيجيات التسويق تحتاج إلى أن تكون قادرة على الاستفادة من الفرصة المتاحة في وتبة سريعة. البنوك الإسلامية في هذه القضية باعتبارها المؤسسة الجديدة التي هي في مرحلة التقدّم، المطلوبة لتحسين نشر والتحسينات في خدمة للمحاجفة، في هذه المرحلة، فإن المستهلكين يميلون إلى محاولة ومقارنة مع الخدمات الموجودة في البنوك الإسلامية نفسها. تحديد استراتيجيات التسويق في عملية التسويق، وذلك لأن لها دوراً في تطوير الشركة أو المؤسسة. إلى جانب التدفق السريع للمعلومات والاتصالات قد تغير نمط الحياة في المجتمع، بحيث يتسعى للمستهلكين حرصون جداً في اختيار المنتج. أغراض بحثية، لوصف كيفية تسويق المنتجات الاستراتيجية في المصرف الشرعي في المناطق الريفية Bumi Rinjani Batu لزيادة عدد المشتركين. لوصف كيفية انعكاسات تسويق المنتجات استراتيجية المصرف الشرعي في المناطق الريفية Bumi Rinjani Batu لزيادة عدد المشتركين.

في ضوء البحث الكيفي، هذه الظاهرة هي كلية (كامل، لا يمكن فصلها)، بحيث لن يتم تعين الباحث للبحوث وتستند فقط على المتغيرات البحوث، وهي المنتج والسعر والترويج. وصف استراتيجية تسويق المنتجات المصرف الشرعي في المناطق الريفية Bumi Rinjani Batu في زيادة عدد الزبائن على المنتجات التي تم تسويقها للكشف، وصف وتوضيح وتطبيق نظرية التسويق التي تشمل 3P (المتجر والتعزيز والمكان). من نظرية التسويق والذي أكد من قبل الباحث هي المشاكل المتعلقة مبيعات المنتجات المصرف الشرعي في المناطق الريفية Bumi Rinjani Batu لعدد من الزبائن المكتسبة.

استراتيجيات تسويق المنتجات التي يستخدمها حزب العمال. Bumi Rinjani Batu في زيادة عدد الزبائن وهي تعزيز بطريقة : المنتجات التي يقدمها حزب العمال. Bumi Rinjani Batu قدمت مع محاولة للحصول على نتيجة إيجابية للعملاء. مع ظروف معتدلة، ومن المتوقع أن تزيد من اهتمام العملاء والزبائن المحتملين لتكون أكثر اهتماماً في المنتجات المعروضة. الأسعار أو المزايا الممنوعة للعملاء والزبائن المحتملين هو مريح جداً. حصل على ميزة من خلال النتائج في حزب العمال. Bumi Rinjani Batu مع العملاء والزبائن المحتملين.