



Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Penulis :
Yunia Setiawati

**STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN EMAS DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT NASABAH
(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota
Bengkulu)**



EDITOR :
Eka Sriwahyuni, MM
Herlina Yustati, MA., Ek

**STRATEGI MARKETING PRODUK TABUNGAN EMAS
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT NASABAH
(STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)
CABANG PINTU BATU KOTA BENGKULU)**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNOBENGKULU
2023**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
 INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
 Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51171 Fax.
 (0736) 51171 Bengkulu
 Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

**Tugas akhir dengan Judul “Strategi Marketing Produk
 Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat
 Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang
 Pintu Batu Kota Bengkulu)”, yang disusun Oleh :**

Nama : Yunia Setiawati
NIM : 1611140196
Program Studi : Perbankan Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Skripsi
Lokasi Kegiatan : Bank Syariah Indonesia Cabang Pintu Batu
Lokasi Kegiatan : Kota Bengkulu
Waktu Kegiatan : 19 Mei-12 Juni 2023

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim
 Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak
 untuk diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas
 Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati
 Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, Juli 2023 M
 Dzulhijjah 1444 H

Pembimbing I *[Signature]* **Pembimbing II** *[Signature]*
Eka Sriwahyuni, MM **Herlina Yustati, M.A.Ek**
NIP : 197705092008012014 **NIP : 198505222019032004**

Mengetahui
 Ketua Jurusan Perbankan Syariah
[Signature]
Yenti Sumarni, MM
NIP. 197904162007012020



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul **"Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu)"** Yang disusun oleh:

Nama **Yunia Setiawati**

NIM **1611140196**

Program Studi **Perbankan Syariah**

Bentuk Tugas Akhir **Skripsi**

Telah diujikan dan dipertahankan di depan **Tim Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Soekarno Bengkulu** pada:

Hari **Senin**

Tanggal **31 Juli 2023**

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang **Ekonomi Syariah** dan diberi gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)**.

Bengkulu, **11 Agustus 2023 M**

Muharram 1445 H

Tim Sidang Munaqasah

Ketua

Sekretaris

Dr. Supardi, M. Ag

Esti Alfiah, M. E

NIP. 196504101993031007

NIP. 199307212020122012

Penguji 1

Penguji 2

Dr. Supardi, M. Ag

Yenti Sumarni, MM

NIP. 196504101993031007

NIP. 197904162007012020

Mengetahui,

Dekan

Dr. Supardi, M. Ag
NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul “Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2023

Dzulhijjah 1444 H



Yang menyatakan

Yunna Setiawati

NIM: 161114096

ABSTRAK

Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu)
Oleh Yunia Setiawati, NIM 1611140196

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing produk tabungan emas dalam upaya meningkatkan minat nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam memasarkan produk tabungan emas. Metode penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan metode kualitatif. Hasil penelitian disimpulkan bahwa Strategi marketing produk tabungan emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu Strategi pemasaran yang dilakukan Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam Upaya menarik minat nasabah menerapkan metode yang paling di tonjolkan yaitu 4P (*Product, Price, Promotion, Place*). Strategi pemasaran yang terpusat yaitu strategi dari kantor cabang kemudian di turunkan ke kantor unit dengan strategi promosi nya yaitu periklanan dengan penyebaran brosur, publitas dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah atau lembaga public lainnya, personal selling dengan jumat berkah. Kendala yang dihadapi dalam menarik minat nasabah yaitu. Persaingan dengan lembaga lain yang telah dulu memiliki produk emas. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap sistem syariah, hingga pemahaman mengenai kemajuan teknologi. Terdapat daerah-daerah luar kota yang masih jauh dari jangkauan BSI. Ketidakstabilan harga jual dan beli, biaya cetak yang terbilang mahal. Serta perolehan fisik emas memerlukan biaya tambahan perjalanan (ongkir), hal ini disebabkan karna Gallery Emas terdapat di luar kota Bengkulu.

Kata Kunci: Marketing Produk, Tabungan Emas, Minat Nasabah

ABSTRACT

Marketing Strategy for Gold Savings Products in an Effort to Increase Customer Interest (Case Study of Bank Syariah Indonesia (BSI) Pintu Batu Branch, Bengkulu City)

By Yunia Setiawati, NIM 1611140196

The purpose of this study was to find out how the marketing strategy for gold savings products is in an effort to increase customer interest in Bank Syariah Indonesia (BSI) Pintu Batu Branch, Bengkulu City. To find out the obstacles faced at Bank Syariah Indonesia (BSI) Pintu Batu Branch, Bengkulu City in marketing gold savings products. This research method is a type of field research (field research) with a qualitative method approach. The results of the study concluded that the marketing strategy for gold savings products at Bank Syariah Indonesia (BSI) Pintu Batu Branch, Bengkulu City promotions, places). The marketing strategy is centralized, namely the strategy from the branch office and then handed down to the unit office with its promotion strategy, namely advertising by distributing brochures, publicity by outreach to schools or other public institutions, personal selling by Friday blessings. Constraints faced in attracting customer interest namely. Competition with other institutions that have previously owned gold products. Lack of public understanding of the sharia system, to an understanding of technological advances. There are areas outside the city that are still far from the reach of BSI. Instability of buying and selling prices, relatively expensive printing costs. And the physical acquisition of gold requires additional travel costs (onkir), this is because the Gold Gallery is located outside the city of Bengkulu.

Keywords: Product Marketing, Gold Savings, Customer Interest

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa Do’a”
(Ridwan Kamil)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang”
(Imam Syafi’i)



PERSEMBAHAN

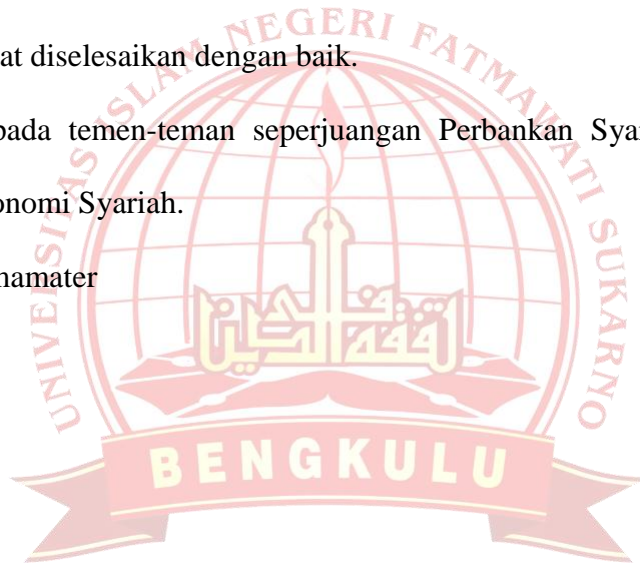
Ucapan syukur dari hati terdalam saya kepada ALLAH SWT atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu”. Sholawat beiring salam tak lupa saya lantunkan kepada baginda Rasul Muhammad SAW.

Karya ini ku persembahkan untuk mereka yang telah membuat hidupku bahagia dan berharga:

1. Secara khusus kepada kedua orang tua saya “Bapak Purwanto dan Ibu Nurjanatin” yang sangat saya cintai dan saya sayangi. Berjuta terima kasih saya sampaikan atas pengorbanan yang telah di berikan kepada saya, telah merawat, mengasuh, mendidik, dan mencintai saya dengan penuh kasih sayang sedari dalam kandungan hingga sampai saat ini.
2. Kepada Adik perempuan saya tercinta Afni Nur Fatimah serta kakak perempuan saya Elis Malasari A.Md yang selalu

mendo'akan, memberikan suport kepada saya baik materi maupun motivasi.

3. Kepada Mom Eka Sriwahyuni, MM selaku pembimbing I, dan Ibu Herlina Yustati, M.A., Ek, selaku pembimbing I yang telah sabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Kepada teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah.
5. Almamater



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Marketing Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu”**.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya, terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. KH. Zulkarnain Dali, M. Pd selaku Rektor UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan berbagai fasilitas dalam menimba ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.
2. Dr. H. Supardi, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang selalu mendorong keberhasilan penulis.

3. Yenti Sumarni, M.M selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.
4. Yunida Een Friyanti, M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.
5. Eka Sriwahyuni, MM selaku pembimbing I, dan Herlina Yustati, M.A., Ek, selaku pembimbing II yang telah sabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan masukan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Kedua orang tua saya yang selalu memberi semangat dan mendoakan kelancaran dan yang terbaik untuk saya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasinya.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

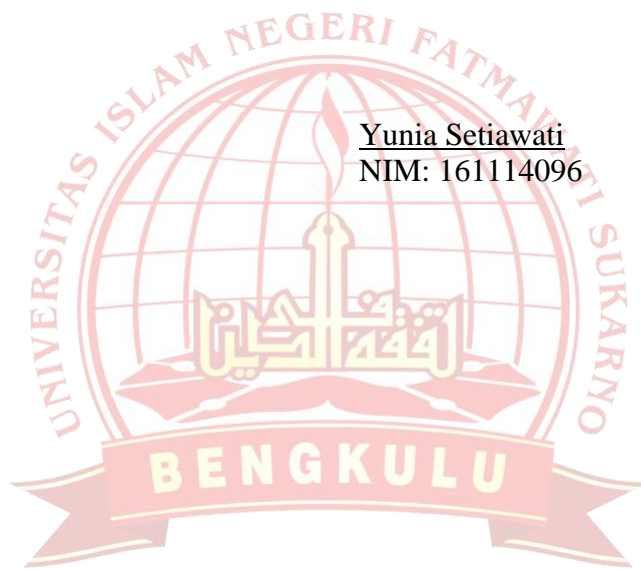
Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, Juli 2023

Penulis

Yunia Setiawati

NIM: 161114096



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| MOTTO | vii |
| PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| E. Penelitian Terdahulu | 10 |
| F. Metode Penelitian | 14 |
| 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian..... | 14 |
| 2. Tempat dan Waktu Penelitian | 15 |
| 3. Informan Penelitian | 16 |
| 4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 17 |
| 5. Teknik Analisis Data..... | 20 |
| G. Sistematika Penulisan | 21 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Manajemen Pemasaran | 23 |

| | |
|---|----|
| 1. Konsep Pemasaran | 23 |
| 2. Pemasaran Jasa | 24 |
| 3. Pemasaran Islam | 24 |
| 4. Karakteristik Pemasaran Islam | 25 |
| 5. Etika Pemasaran Syariah | 27 |
| B. Strategi Pemasaran | 30 |
| 1. Pengertian Strategi Marketing (Pemasaran) | 30 |
| 2. Strategi Pemasaran Syariah | 33 |
| 3. Filosofi Pemasaran | 34 |
| 4. Visi dan Misi Strategi Pemasaran | 39 |
| 5. Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning | 40 |
| 6. Strategi Pembeda | 43 |
| 7. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) | 44 |
| C. Produk Tabungan Emas | 52 |
| 1. Produk | 52 |
| 2. Tabungan Emas | 52 |
| D. Minat Nasabah | 54 |
| 1. Pengertian Minat Nasabah | 54 |
| 2. Macam-macam Minat Nasabah | 57 |
| 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat... | 59 |
| E. Lingkungan Pemasaran | 62 |
| 1. Nasabah atau Pelanggan | 63 |
| 2. Masyarakat (Publik) | 64 |

BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

| | |
|--|----|
| A. Sejarah Bank BSI | 66 |
| B. Visi dan Misi | 68 |
| C. Produk dan Operasional | 69 |
| D. Struktur Organisasi Bank BSI Cab Pintu Batu | 79 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| A. Hasil Penelitian..... | 83 |
| 1. Strategi Marketing Produk Tabungan Emas di Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu..... | 84 |
| 2. Kendala Yang di Hadapi di Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam Memasarkan Produk tabungan Emas | 92 |
| B. Pembahasan | 94 |
| 1. Strategi Marketing Produk Tabungan Emas di Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu..... | 94 |
| 2. Kendala Yang di Hadapi Bank di Bank BSI Cabang Pintu Batu Kota Bengkulu dalam Memasarkan Produk tabungan Emas | 106 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| A. Kesimpulan | 107 |
| B. Saran..... | 108 |

LAMPIRAN-LAMPIRAN DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi BSI Kc Pintu Batu 79

