



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY MUDHARABAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**AFIFAH HARLIANA
1910101043**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN DIPLOMA TIGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

AFIFAH HARLIANA
1910101043

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY
MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH
INDONESIA



PERBANKAN DAN
KEUANGAN D3
FEB UPNVJ

2022



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY MUDHARABAH
PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Ahli
Madya Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma**

**AFIFAH HARLIANA
1910101043**

PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN DIPLOMA TIGA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Afifah Harliana

NIM : 1910101043

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 22 Mei 2022

Yang Menyatakan,



Afifah Harliana

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Harliana
NIM : 1910101043
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Perbankan dan Keuangan Program Diploma Tiga
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY MUDHARABAH PADA
BANK SYARIAH INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Mei 2022

Yang menyatakan,


Afifah Harliana

MARKETING STRATEGY OF EASY MUDHARABAH SAVINGS AT INDONESIAN SHARIA BANK

By:
Afifah Harliana

ABSTRACT

The fast changing world has forced companies to keep up with the changes. One of these companies, namely Islamic banking, is trying to get market attention to produce the best products so that people want to save their funds in the bank. The Easy Mudharabah Savings product type from Bank Syariah Indonesia has proven that Islamic banks are able to survive in this digitalization era because these savings products are the most popular and are equipped with various attractive promotions. This final project aims to determine the process of Segmenting, Targeting, and Positioning, knowing marketing strategies, and obstacles in marketing Easy Mudharabah Savings. The results of this Final Project also show that the promotion strategy is the most effective marketing strategy to increase the number of Easy Mudharabah Savings customers at Bank Syariah Indonesia.

Keyword: *Marketing, Saving, Banking*

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

**Oleh:
Afifah Harliana**

ABSTRAK

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa perusahaan untuk mengikuti perubahan yang ada. Salah satu perusahaan tersebut yaitu perbankan syariah yang berusaha mendapatkan perhatian pasar untuk menghasilkan produk terbaik agar masyarakat mau menyimpan dananya di bank tersebut. Jenis produk Tabungan *Easy Mudharabah* dari Bank Syariah Indonesia telah membuktikan bahwa bank syariah mampu bertahan di era digitalisasi ini karena produk tabungan ini paling diminati dan dilengkapi dengan berbagai promosi yang menarik. Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui proses *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning*, mengetahui strategi pemasaran, dan hambatan dalam memasarkan Tabungan *Easy Mudharabah*. Hasil Tugas Akhir ini juga menunjukkan bahwa strategi promosi merupakan strategi pemasaran yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah Tabungan *Easy Mudharabah* pada Bank Syariah Indonesia.

Kata Kunci: Pemasaran, Tabungan, Perbankan

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN EASY MUDHARABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

AFIFAH HARLIANA
1910101043

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 09 Juni 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Ardhiani Fadila, S.ST., M.E.
Ketua Penguji



Marlina, SE, M.M
Penguji I



Tri Siswantini, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmitari, S.E., M.M.
Ketua Jurusan



Kery Utami, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 09 Juni 2022



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR (PKL) PERBANKAN DAN KEUANGAN D-III SEMESTER GENAP TA. 2021/2022

Hari ini Kamis , tanggal 09 Juni 2022, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Afifah Harliana

No.Pokok Mahasiswa : 1910101043

Program : Perbankan dan Keuangan D-III

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :

Strategi Pemasaran Tabungan Easy Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Ardhiani Fadila, S.ST., M.E.	Ketua	1.
2	Marlina, SE, M.M	Anggota I	2.
3	Tri Siswantini, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 09 Juni 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Perbankan dan Keuangan D-

Kery Utami, SE., M.Si

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga Tugas Akhir ini berhasil diselesaikan dengan judul **“Strategi Pemasaran Tabungan Easy Mudharabah pada Bank Syariah Indonesia”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., AK., M.Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Kery Utami, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma, Ibu Tri Siswantini, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat. Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu serta teman-teman yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut dan tidak menutup diri terhadap saran, kritik serta masukan bagi penulis. Semoga Laporan Tugas Akhir ini bermanfaat.

Jakarta, 22 Mei 2022

Afifah Harliana

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
PENGESAHAN	vii
BERITA ACARA UJIAN.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Tujuan	3
I.3. Manfaat.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
II.1. Pengertian Bank	4
II.2. Pengertian Bank Syariah	4
II.3. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah	5
II.4. Pengertian Tabungan Syariah.....	6
II.5. Jenis-Jenis Tabungan Bank Syariah Indonesia.....	6
II.6. Pengertian Tabungan <i>Easy Mudharabah</i>	9
II.7. Perbedaan Umum Bunga dan Bagi Hasil	10
II.8. Pengertian Strategi dan Pemasaran	10
II.9. Pengertian <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	11
II.10. Pengertian Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
BAB III PEMBAHASAN	14
III.1. Profil Bank Syariah Indonesia	14
III.2. Proses Segmenting, Targeting, Positioning Tabungan <i>Easy Mudharabah</i>	14
III.3. Strategi Pemasaran Tabungan <i>Easy Mudharabah</i>	16
III.4. Hambatan dalam Memasarkan Tabungan <i>Easy Mudharabah</i>	25
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	28
IV.1. Simpulan.....	28
IV.2. Saran.....	29
DAFTAR PUSTAKA	30
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Dana Tabungan Bank Syariah Indonesia.....	2
Tabel 2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	5
Tabel 3. Perbandingan Bunga dan Bagi Hasil.....	10
Tabel 4. Fitur dan Layanan Tabungan <i>Easy Mudharabah</i>	17
Tabel 5. Sistem Bagi Hasil Tabungan <i>Easy Mudharabah</i> Bank BSI.....	19
Tabel 6. Program Pesta Hadiah Bank Syariah Indonesia.....	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rumus Bagi Hasil Tabungan Easy Mudharabah.....	19
Gambar 2. Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Easy Mudharabah	25

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Buku Tabungan dan Kartu Debit GPN
- Lampiran 2. Dokumen Terkait Rekening Tabungan
- Lampiran 3. Daftar Wawancara
- Lampiran 4. Persetujuan Judul
- Lampiran 5. Kartu Monitoring
- Lampiran 6. Hasil Turnitin