



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI INDONESIA
PADA BANK BSI KCP JAKARTA KELAPA DUA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**ARIKA RAIHANA
2110101005**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI INDONESIA
PADA BANK BSI KCP JAKARTA KELAPA DUA**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**“Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya”**

**Arika Raihana
2110101005**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRA DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINILITAS

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

Nama : Arika Raihana

NIM : 2110101005

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

Jakarta, 04 Juni 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a red 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the number '10000' and the text 'METERAN PASPEL' and '476ALX10105641'.

Arika Raihana

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

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

Nama : Arika Raihana
NIM : 2110101005
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : D3 Perbankan dan keuangan
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 PEMSARAN TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK BSI KCP
JAKARTA KELAPA DUA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi 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 : 01 Juli 2024

Yang Menyatakan,

Arika Raihana

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN HAJI INDONESIA
PADA BANK BSI KCP JAKARTA KELAPA DUA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARIKA RAIHANA

2110101005

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 11 Juni 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Tri Wardhani,SE.,MM.,P.hD

Ketua Penguji



Jenji Gunaedi Argo,SE.,MM
Penguji I



Suharyati,SE.,MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I., MM
Ketua Jurusan



Kery Utami,S.E.,M,Si
Ketua Program studi

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 11 Juni 2024



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 PERBANKAN DAN KEUANGAN D-III SEMESTER GENAP TA. 2023/2024

Hari ini Selasa, tanggal 11 Juni 2024, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Arika raihana

No.Pokok Mahasiswa : 2110101005

Program : Perbankan dan Keuangan D-III

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :

Strategi Pemasaran Tabungan Haji Indonesia Pada Bank BSI KCP Jakarta Kelapa Dua
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM.,CLIP	Anggota I	2.
3	Suharyati, S.E., M.M	Anggota II **)	3.

Keterangan :

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Dosen Pembimbing

Jakarta, 11 Juni 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodj. Perbankan dan Keuangan D-

III

Kery Utami, SE., M.Si.

STRATEGI PEMASARAN BSI TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK SYARIAH INDONESIA

Oleh :

Arika Raihana

ABSTRAK

Tabungan Haji merupakan produk yang sangat penting bagi umat Islam yang ingin menunaikan ibadah haji. Di Indonesia, Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu bank yang menawarkan produk tabungan haji dengan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang efektif untuk BSI Tabungan Haji Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data di kumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi mendalam dengan *Back Office* dan *Customer Service* Bank BSI, terkait strategi pemasaran tabungan haji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BSI menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan tabungan haji dengan konsep bauran pemasaran 7P yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik. Strategi pemasaran BSI Tabungan Haji Indonesia berhasil menarik minat dan kepercayaan masyarakat, serta memberikan nilai tambah bagi nasabah dalam perjalanan menunaikan ibadah haji. Dengan terus mengembangkan dan mengikuti tren pasar, BSI dapat memperkuat posisinya sebagai salah satu penyedia tabungan haji terkemuka di Indonesia.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Bauran Pemasaran 7P, Tabungan Haji

MARKETING STRATEGY OF BSI INDONESIA HAJI SAVINGS AT INDONESIA SHARIA BANK

By :

Arika Raihana

ABSTRACT

Hajj Savings is a very important product for Muslims who want to perform the Hajj pilgrimage. In Indonesia, Bank Syariah Indonesia is one of the banks that offers Hajj savings products with sharia principles. This research aims to determine effective marketing strategies for BSI Tabungan Haji Indonesia. The research method used is qualitative research with a case study approach. Data was collected through observation, interviews and in-depth documentation with the Back Office and Customer Service of BSI Bank, regarding marketing strategies for Hajj savings. The research results show that Bank BSI uses an effective marketing strategy to promote Hajj savings with the 7P marketing mix concept, namely product, price, place, promotion, people, process and physical evidence. BSI Savings Haji Indonesia's marketing strategy has succeeded in attracting public interest and trust, as well as providing added value for customers on their journey to perform the Hajj. By continuing to develop and follow market trends, BSI can strengthen its position as one of the leading providers of Hajj savings in Indonesia.

Keywords: *Strategy, Marketing, 7P Marketing Mix, Hajj Savings*

PRAKATA

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya, Tugas Akhir ini dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Mei 2024 dengan judul “Strategi Pemasaran BSI Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Kepada Ibu Kery Utami SE., M.Si. selaku ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Program Diploma. Serta kepada Ibu Suharyati, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing dan telah memberikan ilmu yang bermanfaat, serta saran yang sangat berguna bagi penulis dalam Menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

Disamping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, serta saudara yang telah memberikan doa, semangat dan perhatian. Kemudian penulis menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada teman-teman yang telah mendukung dan memberikan rasa semangat dalam Menyusun Laporan Tugas Akhir. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembacanya.

Jakarta, 05 Februari 2024



Arka Raihana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
BERITA ACARA SIDANG	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Tujuan Tugas Akhir.....	3
I.3 Manfaat Tugas Akhir.....	3
I.3.2 Aspek Teoritis.....	3
I.3.2 Aspek Praktis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
II.1 Pengertian Bank	5
II.1.1 Pengertian Bank Syariah	5
II.2 Pengertian Tabungan Haji	6
II.3 Pengertian Strategi	7
II.4 Pengertian Pemasaran	8
II.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
BAB III METODE PENELITIAN	11
III.1 Objek Penulisan	11
III.2 Sumber Data.....	11
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	11
III.4 Teknik Pengolahan dan Analisa data.....	13
BAB IV PEMBAHASAN	14
IV.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	14
IV.2 Strategi Pemasaran BSI Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia	15

IV.3 Hambatan yang dihadapi Bank BSI Kantor Cabang Pembantu Jakarta Kelapa Dua dalam memasarkan produk Tabungan Haji	22
BAB V PENUTUP.....	24
V.1 Simpulan	24
V.2 Saran	24
DAFTAR PUSTAKA.....	26
RIWAYAT HIDUP.....	28
LAMPIRAN.....	29

DAFTAR TABEL

Table 1. Tarif Layanan Tabungan Haji Bank BSI	17
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Persetujuan Judul Tugas Akhir
- Lampiran 2. Kartu Monitoring Tugas Akhir
- Lampiran 3. Hasil Wawancara Dengan Ibu Devi Kartika Selaku Back Office Bank Syariah Indonesia
- Lampiran 4. Hasil Wawancara Dengan Ibu Silvianah Selaku Customer Service Bank Syariah Indonesia
- Lampiran 5. Hasil Wawancara Dengan Ibu Nungki Selaku Nasabah Tabungan Haji BSI
- Lampiran 6. Bukti Foto Wawancara Dengan Ibu Devi Kartika Selaku Back Office Melalui Aplikasi Zoom
- Lampiran 7. Bukti Foto Wawancara Dengan Ibu Silvianah Selaku Customer Service Melalui Aplikasi Zoom
- Lampiran 8. Bukti Foto Wawancara Dengan Ibu Nungki Selaku Nasabah Tabungan Haji BSI Melalui Aplikasi Zoom
- Lampiran 9. Dokumen Pendaftaran Pembukaan Haji
- Lampiran 10. Brosur Tabungan Haji Indonesia