

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA PT. BANK ACEH CABANG SINABANG

LAPORAN AKHIR STUDI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah Universitas Serambi Mekkah
Sebagai Salah Satu Persyaratan
Penulisan Laporan Akhir Studi
Perbankan Syariah**

Oleh:

**JONNI IRAWAN
Mahasiswa Fakultas Syariah
Jurusan D-III Perbankan Syariah
NPM :1310110034**



**PROGRAM DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH UNIVERSITAS SERAMBI MEKKAH
BANDA ACEH
2017**

Created with

 **nitro PDF professional**
download the free trial online at nitropdf.com/professional

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perbankan merupakan lembaga keuangan yang berpengaruh dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Perbankan menjadi suatu lembaga yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai penyokong kegiatan ekonomi yang dilakukannya. Bank adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan penyalur kredit, pelaksana lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter serta dinamisator pertumbuhan perekonomian.¹ Sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk menyalurkan dana kepada peminjam yang membutuhkan dan semakin kompleksnya kebutuhan pendanaan baik yang bersifat modal, investasi maupun konsumsi.² Sehingga bank menjadi salah satu pilihan masyarakat.

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpan dan penyaluran dana.³

¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Penerbit Grafindo, 2004), Hal. 8

²Nurlita Sari, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Murabahah (Studi Khusus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Rawamangun)*, (Universitas Pendidikan Indonesia, 2013), Hal. 1.

³Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana,2011), Hal. 29.

Sebagaimana diketahui dana perbankan bersumber dari dana pihak ketiga atau dana dari masyarakat. Bank menghimpun dana dari masyarakat salah satunya dalam bentuk tabungan, tabungan adalah simpanan yang pada penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.⁴ Dana dari masyarakat sangat penting untuk keberlangsungan dunia perbankan. Tanpa dana dari pihak ketiga atau dana dari masyarakat maka industri perbankan sangat sulit berkembang. Perbankan tidak dapat berkembang dan maju tanpa dana dari masyarakat, sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank.

Semakin berkembang pesatnya teknologi informasi dan telekomunikasi, maka semakin berkembangnya dunia perbankan. Perbankan terus berupaya mengembangkan produk-produknya agar dapat diminati dengan ide-ide yang inovatif sehingga makin menarik perhatian masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Seperti PT. Bank Aceh yang disahkan oleh Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 1973,⁵ terus melaksanakan kegiatannya dan mengembangkan produk-produk dan jasa, PT. Bank Aceh merupakan lembaga keuangan pemerintah Daerah Aceh, yang menyediakan berbagai

⁴Pengertian-tabungan-dalam-manajemen.Diakses pada tanggal 22 Agustus 2016.

⁵<http://www.Bankaceh Sejarah-Awal-Berdiri>. Diakses pada tanggal 22 Agustus 2016.

produk dan pelayanan jasa kepada nasabahnya, salah satunya adalah tabungan haji.

Tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang lumayan diminati oleh masyarakat tabungan haji adalah simpanan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah, dengan tabungan tersebut nasabah dapat menunaikan kewajibannya. Tabungan haji pada PT. Bank Aceh tidak diberikan bunga dan dibebaskan dari seluruh biaya administrasi bank kecuali biaya penutupan rekening atas permintaan sendiri atau penabung menyatakan batal naik haji. Penyetoran tabungan haji dapat dilakukan di seluruh kantor cabang dan kantor kas setiap hari pada jam kerja. Setoran awal tabungan haji minimal Rp. 500.000 (lima ratus ribu rupiah) dan saldo minimum yang wajib dipelihara setoran berikutnya minimal Rp. 100.000 (seratus ribu rupiah).⁶

Perkembangan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang dari tahun 2014 sampai 2015 mengalami kenaikan 0.9%.

Dan pada tahun 2015 sampai 2016 mengalami peningkatan yang lebih baik lagi yaitu 10.1%.

Dengan adanya kenaikan ini menandakan bahwa masyarakat sudah banyak yang menggunakan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang yang oprasionalnya menggunakan akad *Wadiyah wad dhamanah*, karena sedikit bagi masyarakat yang mengetahui tentang produk tabungan haji yang berdasarkan prinsip konvensional/syari'ah

⁶ Www.BankAceh.co.id. Diakses pada tanggal 23 Agustus 2016.

Strategi sangat diperlukan dalam kegiatan pemasaran, untuk meningkatkan jumlah nasabah. Strategi adalah suatu penetapan sarana dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.⁷ Kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan dan keharusan, dengan adanya strategi dapat memudahkan bank mengetahui apa kebutuhan dan keinginan masyarakat sehingga dapat memudahkan bank untuk memasarkan produknya.⁸

Efektifitas dan efisien dalam menjalankan operasional perusahaan juga memegang peranan penting. Efisien yang dimaksud adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak ada pemborosan biaya baik dalam operasional maupun dalam biaya promosi suatu iklan. Efektifitas adalah pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan dasar yang dilayani oleh perusahaan sehingga sasaran yang ditetapkan dapat tercapai.⁹

⁷Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Kencana, 2003), Hal. 9.

⁸ Statistik Perhitungan Produk Tabungan Haji PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

⁹*Peranan-strategi-pemasaran*. Diakses pada tanggal 12 April 2016

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk menulis Laporan Akhir Studi (LAS) dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, yang menjadi permasalahan dalam penulisan Laporan Akhir Studi ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang?
2. Bagaimana pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang?

1.3. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan pembuatan Laporan Akhir Studi ini adalah:

1. Untuk mengetahui Bagaimana pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.

1.4. Penjelasan Istilah

Adapun beberapa penjelasan istilah yang berkaitan dengan penulisan Laporan Akhir Studi ini, yaitu:

1. Strategi adalah fondasi tujuan organisasi; dalam hal “agribisnis” strategi yang digariskan adalah ekstensifikasi, intensifikasi, rehabilitasi, dan diversifikasi.¹⁰
2. Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentikasikan keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi saat sekarang, mengukur seberapa besarnya kebutuhan tersebut, menentukan sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi/Bank, serta memeliki program pelayanan yang tepat untuk mampu melayani keinginan nasabah..¹¹
3. Produk yaitu, barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan.¹²
4. Tabungan haji adalah simpanan yang akan membantu mewujudkan impian nasabah, dengan tabungan tersebut nasabah dapat menunaikan kewajibannya.¹³
5. Strategi pemasaran produk tabungan haji adalah keadaan yang mempengaruhi keputusan yang mengarahkan melakukan sesuatu yang benar dengan proses jasa yang akan membantu mewujudkan impian nasabah.

¹⁰<http://kbbi.web.id/pinjam>. Diakses pada tanggal 11 Maret 2016.

¹¹Amin Tunggal Wijaya, *Manajemen suatu Pengantar*, (Jakarta: Rineka Cipta Jaya, 1993), Hal. 32.

¹² <http://kbbi.web.id/pelaksanaan>. Diakses pada tanggal 15 Mei 2016.

¹³<https://id.m.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 18 April 2016.

1.5. Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan

Praktek kerja lapangan yang penulis lakukan di PT. Bank Aceh Cabang Sinabang adalah selama 45 hari yaitu dimulai sejak 25 Februari 2016 sampai 08 April 2016. Sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, Jam kerja untuk mahasiswa yang melakukan praktek kerja lapangan sama seperti jam kerja pegawai pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang umumnya, yaitu hari Senin sampai dengan Jum'at jam kerja dimulai dari jam 07.20-18.00 WIB, jam kerja tersebut sudah termasuk waktu istirahat.

Selama proses Kegiatan Kerja Praktik, pada tanggal 25 Februari sampai 03 Maret penulis ditempatkan pada bagian umum dan pada tanggal 04 Maret sampai dengan selesai penulis di tempatkan dibagian operasional. Selama pelaksanaan kerja praktek di Bank tersebut penulis banyak mendapatkan ilmu keterampilan dan wawasan tentang operasional Perbankan. Kegiatan selama praktek banyak mempelajari tugas-tugas yang diberikan oleh karyawan serta membantu pekerjaan karyawan dalam mengerjakan tugasnya.

Kegiatan penulis selama melaksanakan Kegiatan Kerja Praktik antara lain: Perkenalan dengan karyawan Bank Aceh Cabang Sinabang, mengetik nota dinas, mengetik surat dinas, pembagian buku agenda tahunan Bank Aceh Cabang Sinabang, kekantor dinas kab simeulue, mengisi buku agenda surat masuk dan keluar, mengisi buku kas bon, mengisi buku kas keluar dan membantu karyawan dibagian operasional.

1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir Studi ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah studi yang melibatkan keseluruhan situasi atau objek penelitian, dari pada mengidentifikasi variabel yang spesifik. Karakteristik penelitian kualitatif adalah partikular, kontekstual, dan holistik. Para peneliti kualitatif melakukan kajian kebagaimanaan dan memahaminya. Mereka tidak tertarik untuk memecahkan atau membagi-bagi variabel. Tujuan penelitian kualitatif adalah mengungkapkan makna terdalam, menjelaskan proses, mendeskripsikan kultur atau budaya secara lengkap dan rinci.¹⁴

Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki dan menjelaskan sesuatu yang lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif serta pada analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah.¹⁵

1. Jenis-jenis penelitian

1.1 Lapangan

Penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilaksanakan pada suatu tempat, dan tempat itu diluar perpustakaan dan laboratorium yaitu pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

¹⁴Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), Hal. 53.

¹⁵Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), Hal. 5.

1.2 Kepustakaan

Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilakukan hanya berdasarkan atas karya tertulis, termasuk hasil penelitian baik yang telah maupun yang belum dipublikasikan.¹⁶ Metode ini dilakukan dengan membaca buku-buku diperpustakaan untuk mengambil pengertian yang ada hubungannya dengan pembahasan.

2. Metode Pengumpulan Data

Adapun beberapa metode penelitian yang digunakan dalam penulisan Laporan Akhir Studi ini, yaitu

2.1 Observasi

Observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematisik gejala-gejala yang diselidiki.¹⁷ Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan terhadap objek yang diteliti berupa faktor-faktor yang mempengaruhi efektifitas pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.

2.2 Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber secara

¹⁶Suahrsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 2002), Hal. 9.

¹⁷Cholid Narbuko, H. Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Penerbit Bumi Aksara, 2012), Hal. 70.

langsung.¹⁸ Wawancara yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung dengan beberapa karyawan atau staf PT. Bank Aceh Cabang Sinabang guna untuk memperoleh informasi yang dilakukan dalam penulisan ini.

2.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data tertulis yang diambil dari PT. Bank Aceh Cabang Sinabang mengenai gambaran umum lokasi penelitian dan data-data lain yang sekitarnya dibutuhkan dalam penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tindak lanjut proses pengolahan data yang memerlukan ketelitian daya pikir secara optimal. Pada tahap analisis data ini secara nyata kemampuan peneliti diuji. Dengan membaca data yang telah terkumpul dan melalui proses pengolahan data akhirnya peneliti menentukan analisis sebagaimana yang diterapkan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data dengan dua komponen yang terdiri dari;

¹⁸Victorianus Aries Siswanto, *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2012), Hal. 58.

3.1 Deduktif

Deduktif adalah proses seleksi, penyederhanaan dan perubahan data kasar yang muncul dari catatan tulis dilapangan. Deduktif ini berlangsung terus menerus selama masih melakukan riset sampai laporan akhir ini tersusun dengan lengkap.

3.2 Induktif

Induktif merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan yang baik dan jelas sistematika akan memberikan kemudahan bagi peneliti. Peneliti akan mendeskripsikan secara lengkap dan menyeluruh di BAB III mengenai pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, dan strategi tabungan haji yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang dalam hal kesesuaian teori dengan praktik.

1.7. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai sistematika penulisan laporan yang sesuai dengan aturan baru dalam penulisan laporan ini. Maka penulisan laporan ini terdiri dari empat bab,

yang tiap-tiap bab terbagi dalam sub-sub bab untuk memudahkan pemahaman terhadap hasil keseluruhan tentang penelitian ini.

Sistematika penulisan laporan tersebut sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab satu ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kegiatan selama praktik dilapangan, Metode Pengumpulan Data, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi kerangka teori yang terdiri dari tinjauan umum tentang Strategi pemasaran, tinjauan tentang produk tabungan haji di bank Syariah.

BAB III: HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis kedepannya akan membahas hasil penelitian yang akan ditentukan, yaitu dalam pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, dan strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.

BAB IV: PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran atas penelitian yang telah dilakukan, serta dimuat daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang dianggap perlu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 STRATEGI PEMASARAN

2.1.1 Pengertian Strategi

Istilah strategi berasal dari bahasa yunani, *stratageta* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jeneral. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman yang sering diwarnai perang, dimana jeneral dibutuhkan untuk memimpin suatu³ angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang.¹

Sedangkan secara terminologi strategi menurut beberapa ahli sangat beragam, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Dr.Sukanto Reksohadiprodjo, M.Com menjelaskan bahwa strategi adalah fondasi tujuan organisasi; dalam hal “agribisnis” strategi yang digariskan adalah ekstensifikasi, intensifikasi, rehabilitasi, dan diversifikasi.²
- b. Onong Uchayana Efendi mengemukakan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan taktik oprasionalnya.³

¹Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, & Strategi*,(Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada 2004) Cet.Ke-7 Hal.168

²Sukanto Reksohadiprodjo. *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: BEFE, 1987) Edisi Pertama Hal.11

Dari beberapa definisi diatas, dapat diambil kesimpulan tentang strategi yaitu:

Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan organisasi Bank sehingga dapat disusun kekuatan strategi organisasi.

- a. Strategi merupakan satu-kesatuan rencana yang terpadu yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi Bank
- b. Dalam mencapai tujuan organisasi Bank perlu arternative strategi yang harus dipertimbangkan dan harus dipilih
- c. Strategi yang dipilih harus diimplementasikan oleh organisasi Bank dan akhirnya harus di evaluasi terhadap strategi tersebut.

Karena strategi merupakan suatu alat untuk mencapai suatu tujuan perusahaan, strategi memiliki beberapa sifat:⁴

- a. Menyatu (unified), yaitu menyatukan seluruh bagian-bagian dalam perusahaan atau Bank itu sendiri
- b. Menyeluruh (Comprehensive), yaitu mencakup seluruh aspek dalam prusahaan atau Bank.
- c. Integral (integrated), yaitu strategi akan cocok/sesuai dari seluruh tingkatan.

³Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*, (Bandung: Penerbit Remaja Rosda Karya,1990).Edisi Revisi, Cet. Ke-5, hal.32

⁴Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategi: Pengantar Proses Berpikir Strategi*, (Jakarta: BinaRupa Aksara,1995) cet. Ke-1 hal.16

2.2 Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentikasikan keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi saat sekarang, mengukur seberapa besarnya kebutuhan tersebut, menentukan sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi/Bank, serta mencuri program pelayanan yang tepat untuk mampu melayani keinginan nasabah. Jadi pemasaran merupakan media penghubung antara kebutuhan nasabah potensial dengan organisasi atau manajemen sebagai produsen produk jasa perbankan.⁵

Banyak orang mengira pemasaran hanya sekedar menjual atau pengiklanan. Namun, penjualan dan pengiklanan hanyalah puncak gunung es pemasaran. Sekarang pemasaran harus dipahami tidak dalam pengertian lama “katakan dan jual” tetapi dalam pengertian baru yaitu memuaskan kebutuhan nasabah. Jika pemasar memahami kebutuhan nasabah dengan baik; mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior; dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya dengan efektif, produk-produk ini akan terjual dengan mudah. Jadi penjualan dan pengiklanan hanyalah bagian dari “bauran pemasaran” (*marketing mix*) yang lebih besar satu set prangkat pemasaran yang bekerja bersama-sama untuk mempengaruhi pasar dan nasabah.⁶

Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan

⁵Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004) Hal.222

⁶Simorangkir, O.P, (1998), *Pengantar Pemasaran Bank*, (Penerbit Askara Persada Indonesia, Jakarta). Hal.72

dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain serta nasabah.⁷

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan aktivitas dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah yang menekankan pada kualitas, nilai kepuasan nasabah bukan pada orientasi produk (*product oriented*) tapi pada orientasi pelanggan (*costumer oriented*)

Oleh karena itu kegiatan pemasaran haruslah terpadu atau terintegrasi (*integrated marketing activities*) antara tujuan konsumen dan perusahaan.

Setiap perusahaan atau Bank mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari membina nasabah, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan atau Bank dipasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.⁸ Oleh karena itu, strategi pemasaran mempunyai pranan yang sangat penting keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan pemasaran khususnya. Disamping itu strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai

⁷Kotler & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), Edisi Kedelapan, Hal.7-8

⁸ Ibid, Hal 9-10

dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa nasabah dan pasar sasaran.⁹

Strategi pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai logika pemasaran yang digunakan perusahaan dengan harapan unit bisnis dapat mencapai tujuan pemasaran.¹⁰ Dari definisi tersebut, dalam memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan terlebih dahulu harus menentukan siapa yang akan menjadi pasar sasaran (target market), kemudian diikuti dengan pengembangan strategi penentuan posisi bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain yang telah memutuskan pasar yang sama sebagai target sasarnya. Disamping itu perusahaan harus juga selalu mengembangkan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distibusi sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lain. Dari definisi tersebut maka dapat dikemukakan hal-hal sebagai berikut:

- a. Pemasaran bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menjaga kelangsungan hidupnya secara sehat. Suatu perencanaan pemasaran yang efektif menghendaki agar suatu perusahaan haruslah benar-benar spesifik dalam menetapkan sasaran-sasarnya.

⁹Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank*, (Jakarta: Penerbit Phasa Warna, 1992),Hal.78

¹⁰Ibid, Hal.79

- b. Pemasaran mengandalkan perencangan penawaran perusahaan yang bukan dilihat dari segi selera pribadi Bank, melainkan harus dilihat dari segi kebutuhan serta keinginan nasabah.
- c. Pemasaran menggunakan dan meramu seperangkat sarana yang disebut bauran pasar (marketing mix), yaitu berupa rancangan penawaran penetapan harga, komunikasi dan distribusi.

2.2.1 Perumusan Strategi Pemasaran

2.2.1.1 Strategi pasar yang dituju

1. Segmentasi Nasabah

Menurut Wendel R. Smith, segmentasi nasabah adalah pembagian dari Bank secara keseluruhan dalam kelompok-kelompok sesuai dengan kebutuhan dan ciri-ciri nasabah. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa mengadakan segmentasi pasar berarti Bank telah menetapkan secara jelas kelompok-kelompok nasabah yang sesuai untuk di layani secara efektif dan efisien melalui kombinasi kebijakan marketing mix yang berbeda-beda antara segmen yang satu dengan segmen yang lain.¹¹

¹¹Fandi Tjiptono, *strategi pemasaran* (Jakatra: Penerbit Raja Grafindo Persada,2003) Edisi 1. Cet. , Hal 201

2. Penentuan nasabah sasaran

Yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. Sebagian besar perusahaan memasuki sebuah pasar baru dengan melayani suatu segmen tunggal, dan jika terbukti berhasil, maka mereka menambah segmen dan kemudian memperluas secara vertikal atau horizontal.

3. Penentuan posisi nasabah

Yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk Bank. Produk atau jasa Bank ditempatkan pada posisi yang diinginkan nasabah untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank.

2.2.1.2 Bauran pemasaran (marketing mix)

Mc Carthy dalam buku pemasaran philip kotler memperkenalkan klasifikasi empat unsur dari bauran pemasaran yang dikenal dengan nama 4P terdiri atas product (produk), price (harga), place (tempat misalnya untuk distribusi), dan portion (promosi). Penjelasan dari 4P antara lain:¹²

1. Berdasarkan definisi dari Philip Kotler yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk dapat diperhatikan, yang dimiliki, dipakai

¹²Mc Carthy Dalam Buku *pemasaran* Philip Kotler. (Jakarta: Penerbit Erlangga,2001) Edisi 4, Hal,12-14

atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan atau kebutuhan. Karena suatu penawaran maka produk juga sering disebut sebagai penawaran pasar.¹³

2. Harga adalah sejumlah nilai yang diperlukan untuk memproses suatu produk. Pengertian harga menurut William J. Station adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.¹⁴
3. Tempat saluran distribusi sering juga disebut sebagai saluran pemasaran dimana menurut David A. Relefan merupakan suatu jalur yang dilalui arus barang dari produsen ke konsumen dan akhirnya sampai ke pemakai.
4. Promosi merupakan masalah yang paling penting dalam bauran pemasaran karena promosi adalah komponen yang dipakai untuk memberikan informasi yang dapat mempengaruhi pasar dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan.

¹³Kasmir, *Manajemen perbankan*, (Jakarta: Penerbit Raja grafindo persada, 2003), Edisi 1. Cet. 4, hal. 186

¹⁴William J. Station *Buku Perbankan* (Jakarta: Penerbit Raja grafindo persada, 2004), Edisi 1. Cet. 1, Hal. 222

2.3 TABUNGAN HAJI

2.3.1 Pengertian Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan simpanan yang paling populer dikalangan masyarakat umum yang dimiliki oleh PT. Bank aceh cabang sinabang. Dari sejak kanak-kanak sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung.¹⁵

Tabungan Haji adalah tabungan yang sangat direkomendasikan bagi nasabah yang berencana naik haji untuk melaksanakan ibadah haji ke Tanah Suci. Tabungan Haji tidak diberikan bunga dari bank, maupun potongan biaya administrasi bank, dan biaya pembukaan rekening, kecuali biaya penutupan rekening atas permintaan penabung atau penabung menyatakan dirinya batal naik haji (kalau ada). Penabung tetap mendapatkan buku tabungan sebagai bukti mutasi rekening.¹⁶

Pengertian tabungan menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 adalah' simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu nya disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang di persamakan dengan itu.¹⁷

¹⁵ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* :2002, Hal.28

¹⁶ Buku *Panduan Oprasional Bank Aceh* Diakses Pada Tanggal 27 Oktober 2016

¹⁷Ibid.

2.3.2 Jenis-jenis Tabungan Haji

Dalam praktik perbankan di Indonesia terdapat beberapa jenis-jenis tabungan haji, pada dewasa ini terdapat 4 jenis tabungan yaitu:¹⁸

1. Tabungan Firdaus (Fitrah dalam usaha syari'ah)

Tabungan Firdaus adalah jenis tabungan pada PT. Bank Aceh cabang sinabang yang menggunakan prinsip bagi hasil. Dengan menggunakan akat *mudharabah al muthalaqah*, yang berarti pihak bank (mudharib) yang berarti diberi kuasa penuh untuk mengelolah dana investasi dari nasabah tabungan Firdaus agar di kelolah tanpa batasan sepanjang memenuhi syarat-syarat dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha dan mitranya. Selanjunya keuntungan yang di peroleh akan dibagi kepada nasabah sesuai dengan porsi dan ketentuan yang berlaku.

2. Tabungan Sahara (sarana haji dan umroh)

Tabungan Sahara adalah diperuntukan bagi perorangan yang berkeinginan pada suatu saat melaksanakan ibada haji dan umroh. Tabungan ini menggunakan perinsip titipan dana nasabah pada bank dapat dipergunakan oleh bank dengan izin

¹⁸Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Penerbit Raja grafindo persada, 2004) , Hal.84

nasabah, dengan jaminan bank akan mengembalikan uang tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan)¹⁹

3. Tabungan ONH (Ongkos naik haji)

Tabungan ONH adalah setoran ongkos naik haji atas nama jamaah haji untuk setiap muslim haji yang bersangkutan. Besarnya setoran ONH dimuka berdasarkan prinsip diskonto untuk setiap muslim haji, ditetapkan untuk pertama kalinya dengan keppres tahun 1969

4. Tabungan Lainnya²⁰

Tabungan lainnya adalah tabungan selain tabungan sahara, tabungan haji, tabungan ONH, misalnya dari tabungan pegawai bank sendiri yang bukan tabanas dan taska atau tabungan masyarakat pada bank-bank lain yang bukan penyelenggara.

2.3.3 Landasan Hukum Produk Tabungan Haji Menurut DSN Fatwa MUI

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 29/DSN-MUI/VI/2002, ditetapkan bahwa:²¹

¹⁹Buku Panduan Oprasional PT. Bank Bank Aceh Cabang Sinabang

²⁰Ibid.

²¹DSN Fatwa MUI diakses pada tanggal 15 oktober 2016

1. Dalam pengurusan haji bagi nasabah, LKS dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) dengan menggunakan prinsip *al-Ijarah* sesuai Fatwa DSN-MUI Nomor 9/DSN-MUI/IV/2000.
2. Apabila diperlukan, dapat membantu menalangi pembayaran BPIH nasabah dengan prinsip *al-Qardh* sesuai Fatwa DSN-MUI nomor 19/DSN-MUI/IV/2001.
3. Jasa pengurusan haji yang dilakukan tidak boleh dipersyaratkan dengan pemberian talangan haji.
4. Besar imbalan jasa *al-Ijarah* tidak boleh didasarkan pada jumlah talangan *al-Qardh* yang diberikan kepada nasabah.

Dengan adanya fatwa diatas, DSN-MUI telah memberikan jawaban atas permohonan fatwa yang diajukan oleh beberapa nasabah terkait pemberian pengurusan haji termasuk didalamnya dana talangan yang menjadi obyek kajian tulisan ini.

Dalam praktik di PT. Bank Aceh Cabang Sinabang (BPD) misalnya, menurut Ilfan zarkasy, Direktur bisnis PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, sistem dana talangan bertujuan membantu calon jamaah untuk mendapatkan porsi haji karena bank membantu pelunasan setoran awal dengan penyertaan kewajiban angsuran cicilan pinjaman dalam jangka waktu tertentu. Lanjutnya, ia menilai dana talangan haji tidak melanggar prinsip syariah karena fatwa DSN-MUI membolehkan membeli porsi, bukan dalam konteks pergi haji. Jangka maksimal pelunasan dana talangan

maksimal 2 tahun. Kalau nasabah gagal melunasi selama 2 tahun ditambah pelunasan sebesar Rp 10 juta, bank bisa membatalkan keberangkatan nasabah.²²

2.3.4 Tujuan Tabungan Haji

- a. Tabungan haji mempunyai beberapa tujuan untuk memanfaatkan harta yang dimilikinya, antara lain:
 - 1. Membuat masyarakat meminati untuk menjadi nasabah bank dengan mempercayakan bank untuk mengelola dananya,
 - 2. Meningkatkan pelayanan kepada para nasabah bank dengan fasilitas transaksi yang dilakukan seperti penarikan, penyetoran dan lain-lain,
 - 3. Uang yang disisihkan nasabah dari hasil pendapatannya di bank dapat digunakan untuk cadangan dimasa akan datang.²³
- b. Manfaat tabungan haji yang diperoleh bank: yakni
 - 1. Tabungan haji menjadi salah satu sumber dana bagi bank tersebut dan bisa dipakai untuk menunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan(laba).

²²Ilfan Zarkasy, Direktur Bisnis PT. Bank Aceh Cabang Sinabang. Tanggal 14 Oktober 2016

²³Buku Panduan Oprasional Bank Aceh, Hal.23

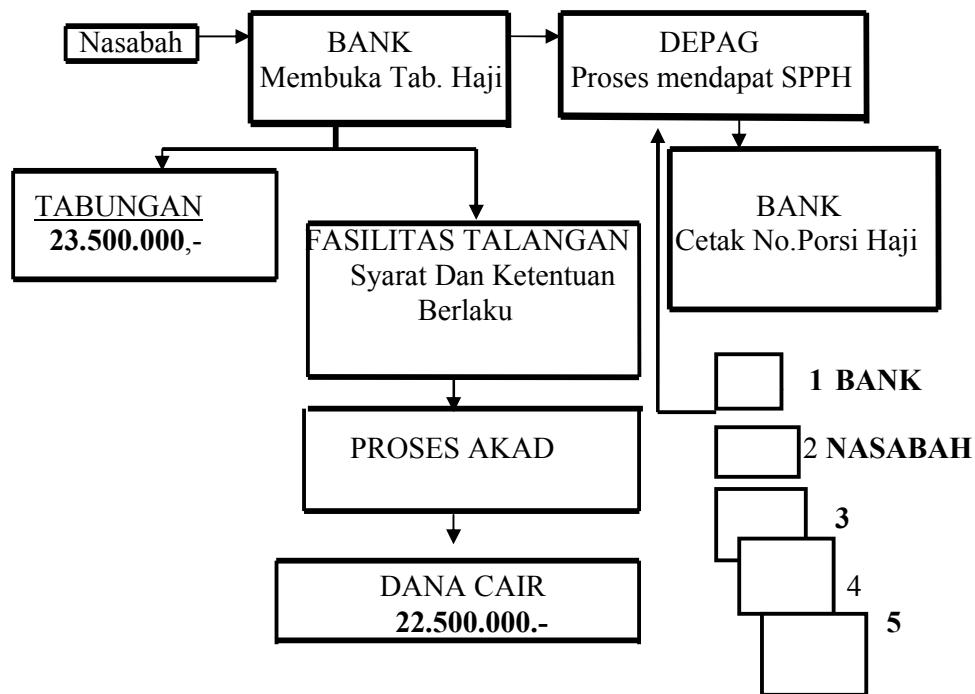
- 2. Tabungan haji bisa menjadi penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas dan banyak produk lainnya,
 - 3. Membantu program pemerintah setempat dalam memajukan pertumbuhan ekonomi daerah.
 - 4. Meningkatkan kesadaran terhadap masyarakat agar menyimpan uang atau hartanya di bank.
- c. Adapun manfaat yang diperoleh bagi nasabah itu sendiri antara lain.²⁴
- 1. Akan terjamin uangnya dibank
 - 2. Akan hemat bagi mereka yang menabung dibank karena terhindar dari pemakaian uang secara terus menerus
 - 3. Adanya kepastian saat menarik uang, karena dapat menarik uang dimana saja dan kapan saja dengan fasilitas ATM.

2.3.5 Skema Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Untuk mengetahui cara pelaksanaan proses tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, dapat dilihat diskema berikut :

²⁴ Ibid, Hal. 23

Skema proses tabungan haji:



Mekanisme permohonan dana talangan haji dengan melalui pendaftaran dan melengkapi persyaratan serta tahapan-tahapan yang ditetapkan oleh bank untuk menunaikan nasabah naik haji ketanah suci mekkah.²⁵

2.3.6 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Serta Praturan OJK

Strategi pemasaran produk tabungan haji bank syariah adalah Bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dengan berkembangnya

²⁵ Skema Proses Tabungan Haji. Diakses Pada Tangga, 11 Februari 2020

perbankan syariah di Indonesia yang begitu pesat dengan disahkannya *dual banking system* di indonesia. Maka timbul persaingan dalam dunia perbankan²⁶.

Manajemen pemasaran Bank Syari'ah adalah usaha Bank yang menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip Syariah untuk memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan/nasabah dalam masyarakat konvensional Seorang pemasar bank syariah harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan. Dan harus menjadi seorang komunikator yang baik yang bisa berbicara benar bil-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapan seorang pemasar “terasa berat” dan berbobot.²⁷

Dalam surat edaran Otoritas Jasa Keuangan nomor 12/seOJK.07/2014 tentang penyampaian informasi dalam rangka pemasaran produk dan layanan jasa keuangan, pelaku usaha jasa keuangan (PUJK) wajib menyediakan dan menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan yang jujur berdasarkan informasi yang sebenarnya tentang manfaat, biaya, dan resiko dari setiap produk dan layanan yang tidak menyesatkan sehingga tidak

²⁶ [Www. Strategi Pemasaran Bank Syariah Di Indonesia Diakses Pada Tanggal 01 November 2016](http://www.strategipemasaranbanksyariahdiindonesia.com)

²⁷ [Ibid. Diakses Pada Tanggal 01 November 2016](http://www.strategipemasaranbanksyariahdiindonesia.com)

menimbulkan perbedaan penafsiran antara konsumen dengan masyarakat dengan PUJK terhadap yang dimuat dalam perjanjian. OJK juga melarang menggunakan strategi pemasaran produk dan layanan yang merugikan nasabah atau konsumen dengan memanfaatkan kondisi konsumen yang tidak memiliki pilihan lain dalam mengambil keputusan. Dengan demikian pelaku jasa keuangan, termasuk perbankan, diwajibkan untuk memberikan perlindungan konsumen dalam hal ini adalah nasabah pengguna jasa keuangan bank atas kepercayaan yang diberikan nasabah kepada bank.²⁸

Sebagai bentuk konkret dari pengawasan yang dilakukan OJK adalah dengan mewajibkan produk finansial untuk mencantumkan cap halal dan OJK yang berlaku sejak 06 agustus 2014. Tindakan tersebut dilakukan sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen atas ketidakjelasan informasi terkait produk finansial yang ditawarkan oleh perbankan. Dalam pemasaran produk finansial atau berpromosi disyaratkan agar lebih jelas, jujur, dan tidak menyesatkan konsumen. Selain harus memenuhi persyaratan peraturan yang baru yang sesuai undang-undang nomor 21 tahun 2011, harus menjelaskan cara menghitung bunga kepada nasabah. Apabila ada PUJK yang tidak mengindahkan

²⁸ Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan nomor 12/seOJK.07/2014 Tentang *Penyampaian Informasi* Diakses Pada Tanggal 01 November 2016

peraturan yang ada, pihak OJK akan memberikan teguran dan langkah terakhir merekomendasikan mencabut izin operasionalnya,

Dengan adanya peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), surat edaran otoritas jasa keuangan, tindakan nyata perlu dilakukan di lapangan agar perlindungan konsumen telah diatur di dalamnya tidak hanya peraturan tertulis saja..²⁹

²⁹ Ibid, Diakses Pada Tanggal 01 November 2016

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Bank Serta Prosedur Tabungan Haji Dan Strategi Pemasaran

3.1.1 Sejarah Bank Aceh Cabang Sinabang

Bank Aceh Cabang Sinabang dahulunya bernama Bank BPD Aceh Cabang Sinabang yaitu merupakan unit usaha dari PT. Bank BPD Aceh. Setelah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan HAM, PT. Bank BPD Aceh secara resmi berganti nama menjadi Bank Aceh mulai tanggal 01 Januari 2010, namun namun peresmiannya dilaksanakan pada tanggal 01 Januari 2011. Oleh sebab itu Bank BPD Aceh pun ikut berganti berganti nama menjadi Bank Aceh Cabang Sinabang.¹

Bank Aceh Cabang Sinabang berdiri pada tanggal 19 Oktober 2004 yaitu berdasarkan surat Bank Indonesia No.6/4/Dpbs/Sml. Kemudian pada tanggal 05 November 2004 Bank Aceh Cabang Sinabang melakukan *soft opening* selanjutnya pada tanggal 06 Desember 2004 baru dilakukan peresmiannya (*grand opening*). Sejak itulah Bank Aceh Cabang Sinabang mulai hadir di tengah-tengah masyarakat.

Bank Aceh Cabang Sinabang memiliki visi menciptakan dirinya sebagai Bank yang sehat, tangguh, handal dan terpercaya

¹BPD Aceh Ganti Nama Jadi Bank Aceh. Diakses Pada Tanggal 27

serta dapat memberikan nilai yang lebih kepada mitra usaha dan masyarakat dan masyarakat. Sedangkan misi dari Bank Aceh Cabang Sinabang adalah membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi serta pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pembangunan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.²

Selanjutnya Bank Aceh Cabang Sinabang juga mempunyai motto yaitu, "Kepercayaan dan Kemuliaan", di mana kepercayaan itu adalah suatu wujud Bank sebagai pemengang amanah dari nasabah, pemilik, dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan memikul kepercayaan tersebut. Sedangkan kemuliaan adalah suatu penghormatan dan penghargaan yang sangat tinggi untuk diberikan kepada nasabah.

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroë Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam

²Profil Bank Aceh Cabang Sinabang. Diakses Pada Tanggal 27 Sep

bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.³

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatar belakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

³ Buku Panduan PT. Bank Aceh, Hal,22

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 milyar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar.⁴

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.⁵

⁴ Ibid, 22

⁵ Akta Notaris Husni Usman. Tanggal 15 Desember 2008

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan tanggal 19 September 2016, Bank memiliki 1 Kantor Pusat, 26 Kantor Cabang, 85 Kantor Cabang Pembantu, 15 Kantor Kas, 13 Payment Point, 2 Mobil Kas Keliling, serta 201 Gerai ATM Bank Aceh.

Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum

1. 19 Nopember 1958 :NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
2. Agustus 1973: Bank PembangunanDaerah Istimewa Aceh (BPD IA)
3. 6 Agustus 1973 : Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
4. Februari 1993 : PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
5. Mei 1999 :PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi PT. Bank BPD Aceh
6. 29 September 2010 PT. Bank Aceh⁶

⁶*Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum*, Diakses Pada Tanggal 29 Agustus 2016

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah bagan yang disusun untuk menjelaskan sejarah singkat tentang tugas-tugas organisasi serta perbedaan tugas-tugas di antara satu unit dengan unit lainnya dalam satu organisasi. Tujuan adanya struktur organisasi adalah mengendalikan, menyalurkan, dan mengarahkan prilaku untuk mencapai apa yang dianggap menjadi tujuan perusahaan. Dengan terciptanya struktur organisasi yang baik di setiap komponen dengan tugas, wewenang dan tanggung jawabnya untuk mempertahankan hubungan dengan elemen lainnya dalam rangka kelancaran dan keberhasilan tugas yang yang dibebankan.⁷

Struktur organisasi Bank Aceh Cabang Sinabang berbentuk garis dan staf, di mana masing-masing bawahan mempertanggung jawabkan tugasnya secara langsung kepada seorang atasan. Bank Aceh Cabang Sinabang dipimpin seorang pimpinan Cabang dan seorang wakil pimpinan Cabang, untuk melancarkan melancarkan kegiatan Bank Aceh Cabang Sinabang membentuk beberapa bagian dalam organisainya. Setiap bagian memiliki kepala bagian masing-masing, selanjutnya kepala bagian bertanggung jawab penuh kepada pimpinan Cabang. Bagian-bagian tersebut antara lain yaitu seksi pemasaran, seksi oprasional, seksi umum, seksi MIS (*management*

⁷Kasmir & Jakfar *Studi Kelayakan Bisnis*, Hal,261

information system), seksi pembiayaan, seksi legal dan administrasi, serta seksi penyelesaian pembiayaan.⁸

Dalam menjalankan tugas-tugas perbankan PT. Bank Aceh Cabang Sinabang menyusun strukur organisasi yang di susun berdasarkan surat keputusan 074/DIR.SDM-XII-2001 tanggal 28 desember 2001, yang mencakup tentang struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan kantor pusat PT. Bank Aceh terdiri dari:

1. Dewan komisaris, terdiri dari seorang komisaris utama dan 3 (tiga) orang komisaris
2. Direktur terdiri dari seorang direktur utama yang mempunyai tugas pokok melaksanakan koordinasi umum, pembinaan, dan pengawasan terhadap semua kegiatan pengurusan dan pengelolaan Bank sehari-hari agar terjamin keterpaduan dan kelancaran penyelenggaraan tugas-tugas Bank. Direktur utama dibantu oleh 4 (empat) orang direktur yaitu:
 - a. Direktur umum
 - b. Direktur pemasaran
 - c. Direktur kepatuhan
 - d. Direktur konvensional/syari'ah
3. Devisi-Devisi yang berwenang
 - a. Devisi oprasional

⁸ Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Peransuransian Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2004), hal.107

- b. Devisi teknologi sistem informasi
- c. Devisi umum
- d. Devisi sumber daya manusia
- e. Devisi terasury
- f. Devisi pembiayaan
- g. Devisi penyelasaian pembiayaan bermasalah
- h. Devisi kepatuhan dan hukum
- i. Devisi manajemen resiko
- j. Devisi perencanaan
- k. Devisi *coorporate secretary*
- l. Devisi konvensional/syari'ah
- m. Devisi pengawasan

3.1.3 Konsep Oprasional Kinerja PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Tidak dapat dipungkiri siapapun yang dapat berpikir jernih dan logis bahwa Islam merupakan suatu sistem hidup. Sebagai salah satu pedoman hidup, ajaran Islam atas aturan-aturan yang mencakup keseluruhan sisi kehidupan manusia. Secara garis besar aturan-aturan tersebut dapat dibagi kedalam tiga bagian yaitu: Aqidah, akhlak, dan syari'ah. Dua bagian pertama aqidah dan akhlak bersifat konstan. Sedangkan syari'ah senantiasa berubah sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kehidupan manusia.

Dalam oprasional PT. Bank Aceh Cabang Sinabang harus mengikuti dan berpedoman kepada praktek-praktek usaha yang

dilakukan pada zaman Rasulullah dalam bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya tapi tidak dilarang oleh Rasulullah atau bentuk-bentuk baru sebagai hasil dari para Ulama atau Cendikiawan muslim yang tidak menyimpang dari Al-qur'an dan hadist.⁹

PT. Bank Aceh Cabang Sinabang sebagai lembaga keuangan yang pengoprasianya berdasarkan prinsip konvensional/syari'ah mempunyai tugas atau kinerja sebagai berikut:¹⁰

1. Mengarahkan kegiatan umat bermuammalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari jenis-jenis usaha perdagangan lain yang mengandung unsur penipuan (gharar). Dimana jenis-jenis usaha tersebut dilarang oleh agama Islam, juga telah menimbulkan dampak negative terhadap kehidupan ekonomi.
2. Pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak menjadi kesenjangan yang amat besar antara pemberi dana dengan pihak yang membutuhkan dana.
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan memberi peluang usaha yang lebih besar

⁹ Buku Pedoman Praktek-Praktek Perbankan, (Jakarta: Erlangga,2001) Cet Ke-2, Hal,22

¹⁰ *Ibid*, Hal 22

- terutama kepada kelompok yang membutuhkan dana agar diarahkan kepada kegiatan yang produktif,
4. Untuk menjaga kesetabilan ekonomi *moneter* dengan aktivitas-aktivitas yang diharapkan mampu menghindari inflasi akibat penerapan sistem bunga/bagi hasil , menghindari persaingan yang tidak sehat antar lembaga keuangan dan menghindari pengaruh gejolak *moneter* baik dalam maupun luar negeri.

3.1.4 Upaya Bank Dalam Peningkatan Dana Pihak Ke Tiga Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Bank merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan , di mana Bank merupakan suatu lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak memerlukan dana, serta sebagai lembaga memperlancar lalulintas pembayaran, Bank merupakan industri yang kegiatannya mengandalkan kepercayaan masyarakat, maka Bank tersebut tidak akan mungkin dapat diminati oleh masyarakat.¹¹

Dalam hal upaya peningkatan dana pihak ke tiga bagi Bank, setiap Bank pastinya menggunakan daya tarik tersendiri bagi nasabahnya, misalnya Bank meningkatkan kegiatan promosi baik di media maupun media elektronik, dengan adanya promosi seperti ini maka nasabah yang sebelumnya tidak mengetahui produk-

¹¹ Buku Panduan Operasional Bank Aceh Cabang Sinabang

produk pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang secara perlahan masyarakat akan segera mencari tahu bagaimana dan apa yang terkandung dalam produk tersebut setelah masyarakat mengerti maka secara otomatis masyarakat akan mengambil salah satu produk dari PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.

3.2 Produk-Produk PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga penghimpun dana dan penyalur dana kepada masyarakat, PT. Bank Aceh Cabang Sinabang menawarkan beberapa produk dan jasa, antara lain:

3.2.1 Penghimpun Dana

Dalam kegiatan penghimpun dana dari masyarakat sebagai mana telah diatur di dalam perundang-undangan yang berlaku di bidang perbankan, maka produk penghimpun dana pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang antara lain:¹²

1. Tabungan firdaus (Fitrah Dalam Usaha Syari'ah)

Tabungan firdaus adalah jenis tabungan pada PT Bank Aceh cabang sinabang yang menggunakan prinsip bagi hasil. Dengan menggunakan akat mudharabah muthalaqah, yang berarti pihak bank (*mudharib*) yang berarti diberi kuasa penuh untuk mengolah dana investasi dari nasabah tabungan firdaus agar di kelolah tanpa batasan sepanjang

¹² Himpunan Dana Bank Aceh, Diakses pada tanggal 28 september 2018

- memenuhi syarat-syarat dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis usaha dan mitranya.
2. Tabungan Sahara (Sarana Haji Dan Umroh)
- Tabungan sahara adalah diperuntukan bagi perorangan yang berkeinginan pada suatu saat melaksanakan ibada haji dan umroh. Tabungan ini menggunakan perinsip titipan dana nasabah pada bank dapat dipergunakan oleh bank dengan izin nasabah, dengan jaminan bank akan mengembalikan uang tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan).¹³
3. Giro Yaitu giro yang diperuntukan untuk perorangan atau badan hukum dengan menggunakan prinsip amanah, yaitu titipan dana nasabah pada Bank dapat dipergunakan oleh Bank dengan izin nasabah, dengan jaminan Bank akan mengembalikan uang tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan).
 4. Tabungan lainya

Tabungan lainya adalah tabungan selain tabungan sahara, tabungan haji, tabungan ONH, minsalnya dari tabungan pegawai bank sendiri yang bukan yang bukan tabanas dan taska atau tabungan

¹³*Ibid.*

masyarakat pada bank-bank lain yang bukan penyelenggara.

3.2.2 Penyaluran Dana

Dalam rangka mengoptimalkan fungsinya sebagai lembaga keuangan yang mensejahterakan masyarakat, PT. Bank Aceh Cabang Sinabang memiliki produk-produk jasa antara lain sebagai berikut:¹⁴

1. Deposito Yaitu simpanan berjangka pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang yang diperuntukan untuk perorangan atau badan hukum dengan menggunakan prinsip bagihasil/bunga, dimana dana deposito yang diinvestasikan oleh nasabah dapat digunakan oleh Bank, pihak Bank diberi kuasa penuh untuk menjalankan usahanya dan menginvestasi danatersebut tanpa batasan waktu, sepanjang memenuhi syarat-syarat Bank serta kesepakatan bersama.
2. Pembiayaan yaitu pembiayaan lunak yang diberikan kepada nasabah yang kurang mampu dengan pengembaliannya sebesar pokok yang dipinjam saja tanpa ada tambahan dan Bank tidak boleh meminta lebih dari jumlah pokok yang dipinjamkan.

¹⁴Hasil Wawancara Dengan Rion Fandri Pegawai PT. Bank Aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal.22 agustus 2016

3. Gadai emas: gadai emas merupakan salah satu produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas atas dasar alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

3.2.3 Produk Jasa

Adapun produk jasa yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang kepada nasabah antara lain:¹⁵

1. *Kliring* Yaitu jasa penyelesaian hutang piutang antara Bank dengan cara saling menyerahkan warkat-warkat dikliringkan dilembaga *kliring*.
2. *Garansi* Bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran.
3. *Referensi* Bank adalah keterangan tertulis yang diterbitkan oleh Bank atas permintaan nasabah untuk tujuan tertentu dan bersifat tidak mengikat, tidak menjamin dan tidak memberikan jaminan.
4. Layanan

3.3 Strategi Pemasaran Dan Prosedur Persyaratan Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

3.3.1 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji

PT. Bank Aceh Cabang Sinabang salah satu lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip konvensional tidak terlepas dari persaingan antara Bank. Untuk itu PT. Bank Aceh Cabang

¹⁵Buku Panduan Oprasional Bank Aceh. Hal-307. Diakses Pada Tanggal 29 September 2016

Sinabang perlu melakukan kebijakan dalam penyaluran dana masyarakat yang bersifat umum. Namun, setiap usaha yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang untuk memasarkan produknya dengan apa yang direncanakan merupakan dari strategi pemasaran. Salah satu hal yang paling mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat nasabah sekaligus mempertahankan tersebut agar tetap setia dan loyal¹⁶

Oleh karena itu didalam menyusun rencana pemasaran produk tabungan haji, PT. Bank Aceh Cabang Sinabang menempatkan pengenalan produk terhadap calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah, agar nasabah produk tabungan haji menjadi nasabah yang loyal (setia). Hal ini dilakukan segmen pasar yang dituju, maka tahap selanjutnya PT. Bank Aceh Cabang Sinabang memilih pasar sasaran yang ingin dipenuhi kebutuhannya. Pemilihan pasar sasaran produk tabungan haji ialah semua nasabah, yang merasa sudah mampu melaksanakan ibadah haji.¹⁷

Untuk mencapai pasar sasaran tersebut pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Cabang

¹⁶Kasmir. *Manajemen Perbankan.* (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2003) hal, 172

¹⁷Wawancara Dengan Rion Fandri (MIS) oprasional PT. Bank Aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal 27 Oktober 2016

Sinabang meliputi 4 (empat) variabel dalam bauran pemasaran, yaitu:¹⁸

1. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat organisasi dan gagasan dan buah pikiran

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktifitas usaha, memerlukan strategi pemasaran yang pada dasarnya menunjukkan bagaimana sasaran pemasaran dari produk yang dihasilkan tersebut dapat tercapai. Produk adalah hal penting yang perlu diperhatikan dalam strategi bauran pemasaran, karena tanpa adanya produk, strategi bauran pemasaran lainnya tidak dapat dilakukan. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹⁹

Penarapan strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang adalah dengan menampilkan mutu dari produk tabungan haji tersebut, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar sasarannya. Mutu dari produk ini meliputi

¹⁸Wawancara Dengan Ilfan Sarkasy Plh Kasiie Oprasional PT. Bank Aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal 27 Oktober 2016

¹⁹*ibid*

pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat didalam karakteristik produk, antara lain.²⁰

- a. Tabungan haji untuk biaya pemberangkatan haji para nasabah.
- b. Semua nasabah PT. Bank Aceh Cabang Sinabang berhak untuk menjadi nasabah tabungan haji, bagi mereka yang sudah mampu.
- c. Tabungan haji ini memnggunakan prinsip bagi hasil sehingga akan mendapatkan bagi hasil setiap bulan sesuai dengan nisbah 20% (mitra/nasabah) : 80% (PT. Bank Aceh Cabang Sinabang).

2. Strategi Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilan penerimaan penjualan, maka harga

²⁰Wawancara Dengan Rion Fandri(MIS) Oprasional PT. Bank Aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal 26 oktober 2016

mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.²¹

3. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ketangan si pemakai atau nasabah pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan distribusi merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu PT. Bank aceh cabang sinabang yang mencakup penentuan saluran pemasaran (*physical distribution*). Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan.²²

Mengenai keputusan saluran distribusi PT. Bank Aceh Cabang Sinabang adalah dengan mengadakan unit kas keliling untuk menjangkau nasabah yang tidak sempat datang dan nasabah tersebut memiliki potensial yang sangat besar.²³

4. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama

²¹*Ibid.*

²²Wawancara Dengan Ilfan Sarkasy Plh Kasie Oprsional Pada, Tanggal 28 September 2016

²³*Ibid*

pentingnya dengan ketiga kegiatan lainnya, baik produk, harga dan distribusi.²⁴

3.3.2 Prosedur Persyaratan Tabungan Haji

Prosedur syarat yang harus ditempuh oleh calon nasabah tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang adalah nasabah (perorangan) yang memiliki niat untuk menunaikan ibadah haji harus memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut:²⁵

1. Penabung adalah umat Islam (perorangan) yang berniat ibadah haji
2. Penabung harus menyerahkan Fotocopy KTP/SIM/Identitas diri lainnya yang ditentukan Bank
3. Mengisi formulir data nasabah tabungan haji (TAG-ONH)
4. Setoran awal tabungan haji minimal 500.000,-(lima ratus ribu rupiah) selanjutnya menjadi saldo minimum yang wajib dipelihara setoran berikutnya minimal 100.000,- (seratus ribu rupiah).

Dengan diterapkannya prosedur dan persyaratan diatas maka akan sangat memudahkan para nasabah yang melakukan transaksi tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang. Dan dengan peningkatan pelayanan terhadap para nasabah

²⁴Wawancara Dengan Ilfan Sarkasy Plh Kasie Oprsional Pada, Tanggal.26 Oktober 2016

²⁵ Buku Panduan Oprasional Bank Aceh Cabang Sinabang

tabungan haji PT. Bank Aceh Cabang Sinabang berupaya mengintrofeksi diri dan berusaha menutupi kekurangan-kekurangan dan ketidakpuasan para nasabahnya.

3.3.3 Upaya Karyawan Dalam Peningkatkan Tingkat Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Pada dasarnya karyawan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah, serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan nasabah tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang dibandingkan dengan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah.²⁶

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh nasabah setelah membandingkan kinerja layanan perusahaan terhadap yang diinginkan akan layanan tersebut. Jika nasabah merasa bahwa pelayanan perusahaan lebih rendah dari harapannya maka dapat dikategorikan nasabah kecewa atau tidak puas, tetapi jika nasabah mearasa bahwa kinerja layanan perusahaan lebih tinggi dari harapan yang diinginkannya dapat dikategorikan nasabah puas.

Perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan nasabah harus memiliki produk berkualitas baik dan pelayanan

²⁶Hasil Wawancara Dengan Ilfan Zarkasy Plh. Kasie PT. Bank Aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal 26 Oktober 2016

prima. Biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan nasabahnya tinggi menyediakan layanan yang tinggi pula.²⁷

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Penilaian terhadap profesionalitas atau kemampuan Bank dalam memberikan pelayanan pada nasabah. Dimensi ini diwakili oleh kecepatan pelayanan yang diberikan karyawan, profesionalisme pelayanan yang diberikan oleh karyawan.²⁸

3.3.4 Analisa Penulis Terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji

Produk tabungan haji ini mulai beroprasi dari awal berdirinya PT. Bank Aceh Cabang Sinabang. Tetapi mulai ada perkembangan pada tahun 2014-2016. Awalnya minat para nasabah tabungan haji sangat minim, karena kurangnya promosi yang diberikan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang ini sendiri. Selain itu para nasabah belum mengetahui bahwa diPT. Bank Aceh Cabang Sinabang terdapat produk tabungan haji juga, selain produk-produk yang lain.

²⁷Ibid, hal. 21

²⁸ Hasil Wawancara Dengan Ilfan Zarkasyi karyawan PT. Bank aceh Cabang Sinabang Pada Tanggal 27 Agustus 2016

Untuk mengetahui bagaimana peningkatan loyalitas nasabah tabungan simpanan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1

Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Haji

PT. Bank Aceh Cabang Sinabang, pemula

Tahun 2014 s/d 2016

Tahun	Jumlah	Perubahan	
		(+/-)	(%)
2014	1.0	-	-
2015	1.9	90	0,9
2016	21.2	10,15	10,1

Sember : PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

Cara Perhitungan :

- Perkembangan dari tahun 2014 sampai tahun 2015 :
- Pekembangan dari tahun 2015 sampai tahun 2016 :

Berdasarkan tabel diatas . maka perkembangan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang dari tahun 2014 sampai 2015 mengalami kenaikan 0.9%. Dan pada tahun 2015 sampai 2016 mengalami peningkatan yang lebih baik lagi yaitu 10.1%.

Dengan adanya kenaikan ini menandakan bahwa masyarakat sudah banyak yang menggunakan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh

Cabang Sinabang yang oprasionalnya menggunakan sistem bagi hasil, karena sedikit bagi masyarakat yang mengetahui tentang produk tabungan haji yang berdasarkan prinsip syari'ah.²⁹

Dalam pembahasan laporan ini yang menarik perhatian penulis adalah produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang mengalami peningkatan hingga 0,9% sampai dengan 10,1% serta pada tahun 2014 dan 2016. Bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji pada PT. Bank aceh cabang sinabang yang ditawarkan kepada masyarakat adalah dengan sistem bagi hasil, sehingga diharapkan dapat memberi kepuasan kepada nasabah atau mitra serta hilangnya rasa takut dalam melalkukan transaksi dengan PT. Bank aceh cabang sinabang. Pt. Bnak aceh cabang sinabang salah satu lembaga keuangan yang merekomendasikan bagi nasabah yang berencana naik haji untuk melaksakan ibadah haji ke tanah suci mekkah.

²⁹Statistik Perhitungan Produk Tabungan Haji PT. Bank Aceh Caba

BAB IV

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dan hasil-hasilnya dibahas dalam bab-bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan, antara lain :

1. Strategi pemasaran produk tabungan haji bank syariah adalah bank umum yang melaksakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah, yang kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dengan syarat-syarat tertentu oleh peraturan Bank dan OJK serta DSN fatwa MUI. Agar nasabah dapat mempercayai Bank dalam transaksi pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.
2. Untuk mencapai pelaksanaan sasaran pasar tersebut pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh PT. Bank Aceh Cabang Sinabang meliputi 4 (empat) variabel dalam bauran pemasaran, yaitu; strategi produk, strategi harga, strategi disrtribusi, dan strategi promosi. Untuk kegiatan pelaksanaan pemasaran guna meningkatkan nasabah tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil laporan akhir ini, maka penulis memberikan saran untuk memajukan PT. Bank Aceh Cabang Sinabang

1. Pihak Bank harus memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk Tabungan Haji karena masih banyak masyarakat yang tidak tahu mengenai tabungan haji di PT. Bank Aceh Cabang Sinabang .
2. Meningkatkan pelayanan yang terbaik dan teradili agar masyarakat muslim tertarik dan tergerak dengan produk Tabungan Haji.
3. Dalam hal pelaksanaan kegiatan pemasaran produk Tabungan Haji yang harus dilihat yaitu kegiatan promosi yang menjadi tujuan utama dari strategi pemasaran karena kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan kepada nasabah.
4. Tabungan haji adalah salah satu produk dari PT. Bank aceh cabang sinabang yang diminati oleh kaum muslimin yang berencana naik haji, produk tersebut ditawarkan kepada nasabah atau masyarakat dengan sistem akad titipan dan bagi hasil hasil atau *ujrah* sehingga dapat memberi layanan kepada nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji ketanah suci mekkah.

DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL-----	i
PENGESAHAN PEMBIMBING-----	ii
PENGESAHAN SIDANG-----	iii
LEMBARAN PERSEMBAHAN-----	iv
PENYATAAN KEASLIAN KARYA-----	v
ABSTRAK-----	vi
KATA PENGANTAR -----	vii
TRANSLITERASI ARAB LATIN -----	ix
DAFTAR ISI -----	x
DAFTAR TABEL -----	xi
DAFTAR LAMPIRAN -----	xii

BAB I PENDAHULUAN -----	1
1.1 Latar Belakang-----	1
1.2 Rumusan Masalah-----	5
1.3 Tujuan Penulisan-----	5
1.4 Penjelasan Istilah-----	5
1.5 Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan-----	7
1.6 Metode Penelitian-----	8
1. Jenis-Jenis Penelitian-----	8
1.1 Lapangan -----	8
1.2 Kepustakaan-----	9
2. Metode Pengumpulan Data-----	9
1.7 Sistematika Pembahasan -----	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA-----	13
2.1 Strategi Pemasaran -----	13
2.1.1 Pengertian Strategi-----	13
2.2 Pengertian Pemasaran-----	15
2.2.1 Perumusan Strategi Pemasaran -----	18
2.3 Tabungan Haji -----	21
2.3.1 Pengertian Tabungan Haji -----	21
2.3.2 Jenis-Jenis Tabungan Haji-----	22
2.3.3 Landasan Hukum Produk Tabungan Haji Serta DSN Fatwa MUI -----	22
2.3.4 Tujuan Tabungan Haji -----	25
2.3.5 Skema tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang-----	26
2.3.6 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Serta Praturan OJK -----	27

BAB III : HASIL DAN PEMBAHASAN -----	31
3.1 Gambaran Umum Prosedur Tabungan Haji Dan Strategi Pemasaran -----	31
3.1.1 Sejarah Bank Aceh Cabang Sinabang -----	31
3.1.2 Struktur Organisasi -----	36
3.1.3 Konsep Operasional PT.Bank Aceh Cabang Sinabang -----	36
3.1.4 Upaya Bank Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT.Bank Aceh Cabang Sinabang -----	40
3.2 Produk-Produk PT.Bank Aceh Cabang Sinabang -----	41
3.2.1 Penghimpun Dana -----	

3.2.2 Penyaluran Dana -----	43
3.2.3 Produk Jasa -----	44
3.3 Strategi Pemasaran Dan Persyaratan Tabungan Haji Pada PT.Bank Aceh Cabang Sinabang-----	45
3.3.1 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji -----	45
3.3.2 Prosedur Persyaratan Tabungan Haji -----	49
3.3.3 Upaya Karyawan Dalam Peningkatkan Tingkat Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Aceh Cabang Sinabang -----	50
3.3.4 Analisa Penulis Terhadap Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji --	52
BAB IV PENUTUP -----	53
4.1 Kesimpulan -----	53
4.2 Saran -----	54
4.3 Daftar Pustaka -----	55
4.4 Lampiran-Lampiran -----	57
4.5 Daftar Riwayat Hidup -----	58

DAFTAR LAMPIRAN

Struktur Organisasi PT. Bank Aceh Cabang Sinabang



DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Arikunto, Suahrsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit. Rineka.

Agustinus Sri Wahyudi, *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*, Jakarta: Bina Rupa Aksara,1995

Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Abdurrahman Al-Jaziri, *Fiqh Empat Mazhab Bagian Ibadat (Puasa,Zakat, Haji, Qurban)*, Jakarta: Darul Ulum Press,1996

Buku Panduan Oprasional Bank BPD Aceh Banda Aceh

Buku Panduan Oprasional Bank Aceh Cabang Sinabang

Hasil wawancra dengan Ilfan Zarkasy karyawan Bank pada tanggal 27

Agustus 2016

Direktorat penyelengara haji dan umrah, *Hikmah Ibadah Haji*. Jakarta: Depag RI,2008

Departemen Agama RI, Direktorat Jendral *Penyelenggara Haji Dan Umrah*, Panduan Perjalanan Haji Jakarta: 2008

Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran Jakatra: Penerbit. Raja Grafindo Persada*,2003

Hesket, James L, leonardo A.Schlesinger,1997,Out In From: *building high capability service Organization , harward busines school press, boston*,& Fandy Tjiptono dan Gregius Chandra, service, Quality & Satisfaction

Ismail.2011.*Perbankan-Syariah*.Jakarta: Kencana.

Kotler & Armstrong, *prinsip-prinsip pemasaran* Jakarta: Erlangga, 2001

Kasmir. *Manajemen perbankan*, Jakarta: Penerbit. Raja grafindo persada, 2003

Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, jakarta: Penerbit. Raja grafindo persada, 2004,

Mc Carthy dalam buku *pemasaran* Philip kotler. Jakarta: Erlangga,2001

Narbuko, Cholid, H. Abu Achmadi. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit. Bumi Aksara.

Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*, Bandung: Penerbit. Remaja Rosda Karya, 1990

Putra, Nusa. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*. Jakarta: Penerbit. Raja Grafindo Persada.

Philip Kotler, *Marketing Insights from A To Z*, Jakarta: Erlangga, 2003,
Sari, Nurlita. 2013. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan*

Murabahah. Universitas Pendidikan Indonesia.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Prilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

Siswanto, Victorianus Aries. 2012. *Strategi dan Langkah-Langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, & Strategi*, Jakarta: PT. Raja grafindo persada 2004

Sukanto Reksohadiprodjo. *Manajemenstrategi*, Yogyakarta: BEFE, 2004

JURNAL DAN WEBSITE :

[Http://www.bank aceh.co.id](http://www.bank aceh.co.id). Diakses Pada Tanggal 25 september 2016

[Http://www.bank aceh.co.id](http://www.bank aceh.co.id) Diakses Pada Tanggal 01 Oktober 2016

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Jonni Irawan
Tempat, Tanggal Lahir	: Sanggiran, 27 Juli 1995
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Agama	: Islam
Kebangsaan	: Indonesia
Status	: Belum Menikah
Pekerjaan/NPM	: Mahasiswa / 13101110034
Email	: <u>jonniirawan8@gmail.com</u>
Alamat	: Labui, Banda Aceh

Riwayat Pendidikan

SDN 2 Simeulue Barat	: Tamatan Tahun 2007
SMPN 2 Simeulue Barat	: Tamatan Tahun 2010
SMAN 3 Simeulue Barat	: Tamatan Tahun 2013
Perguruan Tinggi	: Fakultas Syari'ah Program D-III Perbankan Syariah Universitas Serambi Mekkah Lueng Batah Banda Aceh Tahun 2016

Data Orang Tua

Ayah	: Junardin
Ibu	: Yusni Wati
Alamat	: Desa Sanggiran Kec. Simeulue Barat Kab. Simeulue

Demikianlah Daftar Riwayat Hidup Ini Dibuat Dengan Sebenar-Benarnya.

Banda Aceh, 19-12-2016

JONNI IRAWAN

Created with

 **nitro PDF** professional

download the free trial online at nitropdf.com/professional

DAFTAR TABEL

Peningkatan Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang 62

Created with

 **nitro PDF**[®] **professional**
download the free trial online at nitropdf.com/professional

DOKUMENTASI PENELITIAN PADA PT. BANK ACEH CABANG SINABANG

Dokumentasi kegiatan saat karyawan memperlihatkan data nasabah tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang bersama Rion Fandri Karyawan Ops PT. Bank Aceh cabang sinabang



Dokumentasi kegiatan penelitian saat memperlihatkan data yang akan diwawancara kepada karyawan Ilfan Zarkasy Plh. Kasie Ops PT. Bank Aceh Cabang Sinabang



Dokumentasi foto bersama karyawan PT. Bank Aceh Cabang Sinabang



Dokumentasi, objek penelitian kantor PT. Bank Aceh Cabang Sinabang yang berada di kabupaten simeulue



Created with

 **nitroPDF** professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan syukur allhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat-Nya, penulis menyelesaikan Laporan Akhir Studi (LAS) dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang”**.

Shalawat dan salam semoga senantiasa terucap penghulu alam Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga beliau. Yang telah mendidik umat manusia dari akhalaql mazmummah kepada akhalaql Qarimah, seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Dalam penulisan laporan akhir studi ini, terdapat banyak kesulitan dan hambatan disebabkan keterbatasan ilmu penulis, akan tetapi berkat adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak maka kesulitan tersebut dapat teratasi. Namun menyadari sepenuhnya bahwa LAS ini masih banyak kekurangan dan jauh saran yang sifatnya membangun dari pembaca penulisan laporan.

Penulis ingin menyampaikan beribu trimaksih yang amat tulus dan tak terhingga kepada:

1. Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan LAS ini. Salam sejahtera kepada Rasulullah SAW.
2. Keluarga besar, Ayah, Ibu, Adek, Kakak dan Abang. Yang telah memberikan dukungan dan moral, materil serta do'a dan kasih sayang yang dilimpahkan sehingga penulisan laporan akhir ini dapat terselesaikan.

3. Bapak Dr. Andri Nirwana. AN, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Syariah
4. Bapak Fuadi S.HI,MH. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Syariah
5. Bapak Muksal,M.E.I. Selaku ketua Prodi D-III Perbankan Syariah. Dan sekaligus sebagai pembimbing I yang membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir Studi ini.
6. Bapak Hamzah Zainuri,S.H.I, M.E.I. Sebagai pembimbing II yang membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir Studi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Syariah Universitas Serambi Mekkah yang telah memberikan dukungan semangat kepada penulis.
8. Bapak Zuffri *subbranch manager* dan Karyawan/Karyawati (Pak, Munawar Khalil, Pak M. Nazir Zaini, Pak, Dedy Putra Adha, Hj. Hartini Baharuddin, Pak Ilfan Zarkasy, M. Gerry Kasda, Rion Fandri, Fitra Juanda, Robi Suhanda, Kautsar Abdullah, Ditha Meuraxa, Elsa Noviana,Silvina, Ilham, Helya Fanomo, Muhammin, Rahmat Hidayat, Wahyu Rinaldi, Nefri Safrawi, Aditya Pratama, Yosrizal Sabir, Abubakar Sadar, Doddy Pratama, Jerry Novelin, Irawan, Musdarliadi, Misran Amin, Ruslan, Dio Sandi Pratama, Rahmat Amanada) pada PT. Bank aceh cabang sinabang trimakasih atas support dan do'anya.
9. Bg. Handri I.S. Bg. Jull, Bg Misdarul, Bg Hamid, Kak Zuraida, Pak Muwarsyah, bg, fauza serta lain-lain.
10. Tak lupa juga untuk sahabat-sahabat seperjuangan pembuatan LAS ini, Schwein, Open R. M, Andres, Nedi S, Marta. Akil. Aciek Fakhri. Serta kawan-kawan satu Angakatan 2013 *Best Is The Best*. Dan lain-lain.

Semoga segala atas bantuan dan bimbingan serta do'a dan semangat yang diberikan mendapatkan balasan yang melimpah dari Allah SWT.

Banda Aceh, 08 Februari 2017

Penulis,

Jonni Irawan

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA
PT. BANK ACEH CABANG SINABANG**

LAPORAN AKHIR STUDI

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Laporan Akhir Studi
Fakultas Syariah Universitas Serambi Mekkah Dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program
Diploma (D-III) Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Pada hari/tanggal:

08 Februari 2017
Rabu, _____
04 Rabiul Akhir 1438 H

Di Batoh Banda Aceh
Tim Penguji

Ketua,

MUKSAL, M.E.I
NIDN : 1302099001

Sekretaris,

HAMZAH ZAINURI, S.H.I, M.E.I
NIDN : 1315098801

Penguji I,

AR ROYYAN RAMLI, S.H.I, M.E.K
NIDN :1302109001

Penguji II,

ADE SARWAN, Lc. M.Sh
NIDN : 1311078601

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syariah Universitas Serambi Mekkah
Banda Aceh

FUADI, S.H.I, M.H.
NIDN: 1328038201



Ya Allah...

Tiada dapat aku ucapkan selain sujud dan syukur pada-Mu sepercik yang engkau karuniakan kepadaku hanya sebagian kecil ilmu yang ada pada-Mu, semua atas izin dan kehendak-Mu seperti firma-mu.

Dan andaikan semua pohon yang ada di bumi dijadikan pena, dan lautan dijadikan tinta dan ditambah lagi lautan sesudah itu, maka belum habislah kalimat-kalimat allah yang akan dituliskan (QS, Luqman : 27)

Ayahanda tersayang....

Di tengah panas matahari yang menyengat engkau rela berteman dengan debu dan keringat ditengah dinginnya malam engkau sanggup berselimutkan malam. Diantara panas dan hujan diantara siang dan malam engkau selalu bersujud berdo'a untuk putra-putrimu. Tiada lelah engkau gerakan tulangmu, engkau peras keringatmu, engkau korbankan diri serta nyawamu tanpa peduli keadaanmu demi mengantar anakmu meraih cita-cita

Ibunda tersayang....

Cintamu terus memberi kasihmu terus mengabdi, engkau ajari aku berdo'a dan bertahan ketika dunia tak berpihak kepadaku. Cuma engkau yang temani aku ketika tak seorangpun ada, aku tau setiap do'amu ada namaku walaupun kau berada jauh dariku. Tiada cinta seindah cintamu ibu. Tiada kasih seindah kasihmu ibu walaupun tak kurasakan saat ini.. dari awal denyut nafasku kau do'akan aku dalam tiap langkahku tuk meniti masa depan yang cerah. Ku persembahkan gelar ini untukmu karena memang karenamu dan hanya untukmu.

Ya allah..

Tiada kebahagiaan yang dapat melebihi selain menatap senyum yang terpancar dari wajah kedua orang tuaku, takkan aku sia-siakan setitik pilu dan pengorbanan mereka menyertai langkahku dengan do'a dan air mata.

Untuk abang dan adik-adikku...

Terimakasih atas semua kasih sayang yang telah kalian berikan untukku pengorbanan yang takkan aku lupakan semangat kalian mendorongku untuk tetap semangat dalam menjalani hariku baik dalam keadaan suka maupun duka, semangat motivasi canda tawa kalian yang membuatku sampai pada titik yang sekarang ini. Terimakasih atas semuanya aku sayang kalian semua semoga allah membala jasa kalian dan juga dimudahkan segala urusan dan rezeki Amin...

Ucapan terimakasih untuk semua keluarga besarku yang telah memberikan segalanya padaku, kasih sayang, cinta pengorbanan yang begitu berarti sehingga aku bisa menyelesaikan studi ku terimakasih untuk ayahanda Junardin dan Ibunda Yusni Wati, terimakasih juga untuk Kayaludin, Ramsadin, Yusarneli, dan nenekku tersayang Tiarmani dan Jairani dan juga kepada adinda Moris Ardam, Nelka Rahyuni, Nelpi Maifarah, Nazwa Nabila. Dan tak lupa ananda haturkan terimakasih kepada bapak Fuadi S.H.I, M.H. Dan Ibu Ken Zuraida, Handri Imam S.Zufyadi yang telah banyak berkorban baik materi maupun non materi.

Dan terimakasih sahabat-sahabatku yang tidak mungkin dituliskan satu persatu yang telah memberikan motivasi dan inspirasi, bersama kalian aku belajar memaknai hidup.

:: Jonni Irawan ::

Created with

 **nitro PDF** professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Created with



download the free trial online at nitropdf.com/professional

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi yang dipakai dalam Disertasi ini adalah pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Jauari 1988

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	'	ز	z	ق	q
ب	b	س	s	ك	k
ت	t	ش	sy	ل	l
ث	ts	ص	sh	م	m
ج	j	ض	d	ن	n
ح	h	ط	t	و	w
خ	kh	ظ	z	ه	h
د	d	ع	'	ء	'
ذ	ż	غ	g	ي	y
ر	r	ف	f		-

Catatan:

1. Konsonan yang bersyaddah ditulis dengan rangkap

Misalnya ; ربّا ditulis *rabbâ*.

2. Vokal panjang (*mad*) ;

Fathah (baris di atas) di tulis â, *kasrah* (baris di bawah) di tulis î, serta *dammah* (baris di depan) ditulis dengan û.
Misalnya; القارعة *al-qâri‘ah*, المساكين *al-masâkin*, المفلحون *al-muflîhûn*

3. Kata sandang *alif + lam* (ال)

Bila diikuti oleh huruf qamariyah ditulis *al*, misalnya **الكافرون** ditulis *al-kâfirûn*. Sedangkan, bila diikuti oleh huruf syamsiyah, huruf *lam* diganti dengan huruf yang mengikutinya, misalnya **الرجال** ditulis *ar-rijâl*.

4. Ta' *marbûthah* (ة).

Bila terletak diakhir kalimat, ditulis *h*, misalnya **البقرة** ditulis *al-baqarah*. Bila ditengah kalimat ditulis *t*, misalnya **زكاة المال** ditulis *zakât al-mâl*, atau **سورة النساء** ditulis *sûrat al-Nisâ`*.

5. Penulisan kata dalam kalimat dilakukan menurut tulisannya, Misalnya **و هو خير ازقين** ditulis *wa huwa khair ar-Râziqîn*.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jonni Irawan

NPM : 1310110034

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Laporan : “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan laporan akhir ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan penelitian tercantum sebagai bagian laporan ini, jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di universitas serambi mekkah.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Batoh, 08 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Jonni Irawan
NPM: 1310110034

RINGKASAN LAPORAN

Nama Mahasiswa	:	Jonni Irawan
NPM	:	1310110034
Judul Laporan	:	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang
Pembimbing I	:	Muksal, M.E.I
Pembimbing II	:	Hamzah Zainuri, S.H.I.,M.E.I

Laporan akhir ini membahas tentang Strategi pemasaran produk tabungan haji. Permasalahan dalam laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang serta bagaimana pelaksanaan produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, serta metode pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang sinabang mengalami peningkatan hingga 0,9% sampai dengan 10,1% pada tahun 2013 dan 2016.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji pada PT. Bank Aceh Cabang Sinabang yang ditawarkan kepada masyarakat adalah dengan sistem bagi hasil, sehingga diharapkan dapat memberi kepuasan kepada nasabah atau mitra serta hilangnya rasa takut dalam melakukan transaksi dengan PT. Bank Aceh Cabang Sinabang. Serta harus menggunakan ketentuan yang sesuai ditetapkan oleh Bank serta dirjen haji dan DSN fatwa MUI dalam mengembangkan produknya. Setiap calon nasabah harus mengajukan permohonan pembukaan rekening tabungan haji melalui tahapan-tahapan dan syarat-syarat berdasarkan kebijakan bank yang kesemuanya dilakukan sebagai wujud penerapan dari pemasaran itu sendiri. PT. Bank Aceh Cabang Sinabang salah satu lembaga keuangan memiliki produk Tabungan Haji yang merekomendasikan bagi nasabah yang berencana naik haji untuk melaksanakan ibadah haji ke Tanah Suci Mekkah.