

**USAHA BAGIAN PEMASARAN DALAM MEMASARKAN PRODUK  
TABUNGAN SIMPATIK PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR  
CABANG PADANG**

**Tugas Akhir**

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat  
dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) pada Studi Manajemen Perbankan  
Syari'ah Program Diploma tiga*



*Oleh :*

**ALVIA FAUZANI**  
**NIM: 1503050211**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG  
1439 H/ 2018 M**

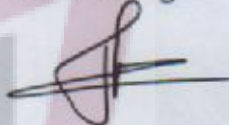
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas akhir dengan judul “Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang” yang disusun oleh Alvia Fauzani, NIM. 1503050211 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang Munaqasyah.

Demikian persetujuan pembimbing ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 04 September 2018

Pembimbing



Tony Iswadi, SE, MM, Ak  
NIP. 19720605 200604 1 001

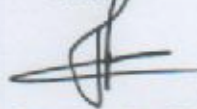
**PENGESAHAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

**"Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Poduk Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang".** Disusun oleh **Alvia Fauzani, Nim 1503050211** telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang pada hari Selasa tanggal 28 Agustus 2018 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Prodi DIII Manajemen Perbankan Syari'ah.

Padang, 04 September 2018

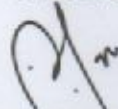
**Tim Penguji**

Ketua



**Tony Iswadi, SE, MM, Ak**  
NIP: 19720605 200604 1 001

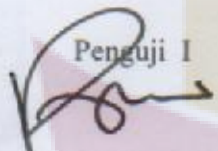
Sekretaris



**Andriani Svofvan, ME**  
NIP: 19910319201801 2 002

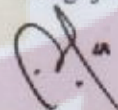
Anggota:

Penguji I



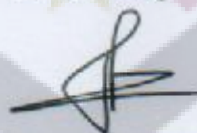
**Roni Andespa, SE, MM**  
NIP: 19831111201503 1 001

Penguji II



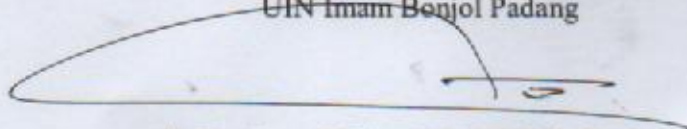
**Andriani Svofvan, ME**  
NIP: 19910319201801 2 002

Pembimbing



**Tony Iswadi, SE, MM, Ak**  
NIP: 19720605 200604 1 001

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Imam Bonjol Padang



**H. Ahmad Wira, M.Ag, M.Si, Ph.D**  
NIP : 19711201 199603 1 002

## PERNYATAAN KEORISINALAN

Saya yang menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul **"Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpatik Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang"** adalah benar hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir ataupun karya yang sudah dipublikasi dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar Ahli Madya di Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang ataupun perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tugas akhir ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan tugas akhir ini dan gelar Ahli Madya saya.

Padang, 28 Agustus 2018

Yang menyatakan,



*Alvia rauzani*  
**Alvia rauzani**  
**NIM 1503050211**

## ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul “**Usaha Bagian Pemasaran Dalam Memasarkan Produk Tabungan Simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang**”, ditulis oleh **Alvia Fauzani Nim 1503050211**, Program Studi Diploma Tiga Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini untuk mengetahui bagaimana usaha bagian pemasaran dalam memasarkan produk tabungan simpatik pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, serta jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*).

Berdasarkan hasil dari penelitian, penulis menarik kesimpulan bahwa usaha bagian pemasaran dalam memasarkan produk tabungan simpatik yang dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan prinsip 4P yaitu product (*produk*), price (*harga*), place (*tempat*), dan promotions (*promosi*), dan usaha pemasaran yang dilakukan tersebut berdampak pada perkembangan jumlah nasabah dari tahun ke tahun.

Kata Kunci : ***Pemasaran, Bauran Pemasaran , Tabungan Simpatik***