

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR PADA
BANK MANDIRI SYARIAH KANTOR CABANG PADANG**

Tugas Akhir

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Salah Satu Syarat Dalam
Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) Pada Program Studi
Manajemen Perbankan Syariah D-III*



Oleh

NUR AFITRI FEBRIANTI
1503050129

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
IMAM BONJOL PADANG
2018 H/1439 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

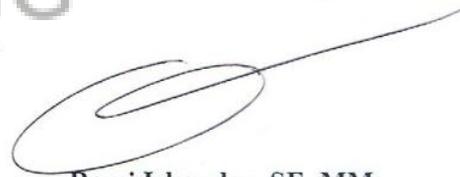
Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswi Program DIII Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang atas nama **Nur Afitri Febrianti NIM.1503050129** dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur(haji) pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang”**, memandang bahwa Tugas Akhir yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Ujian Akhir.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Padang, 08 Agustus 2018

Pembimbing



Romi Iskandar, SE.,MM
NIP.19740520200501005

ABSTRAK

Tugas akhir ini berjudul **Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur pada Bank Syariah Mandiri KC Padang**. Tugas akhir ini di tulis oleh **Nur Afitri Febrianti NIM 1503050129** jurusan DIII Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Latar belakang dalam penulisan tugas akhir ini penulis mengetahui salah satu produk yang terdapat pada Bank Syariah Mandiri adalah Tabungan Mabruur (Tabungan Haji). Tabungan ini merupakan produk yang prospek nya bagus karena banyak orang muslim ingin sekali menunaikan ibadah haji. Bagi umat muslim wajar saja jika merasa iri terhadap saudara-saudara kita yang bisa melakukan ibadah haji, namun kerinduan untuk bisa ke tanah suci sebaiknya tidak hanya menjadi angan-angan saja, tapi dapat di realisasikan juga dalam bentuk rencana untuk bisa naik haji, oleh karena itu peranan perbankan syariah sangat besar di sini. Bank bukan sebagai tempat berinvestasi untuk kehidupan dunia saja akan tetapi sebagai jalan mendekatkan diri kepada Allah SWT melalui akad dalam konsep syariah.

Dengan rumusan masalah yang diajukan dalam Tugas Akhir ini adalah bagaimana strategi pemasaran Produk Tabungan Mabruur yang di lakukan pada Bank Syariah Mandiri KC Padang. Dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi Pemasaran produk tabungan mabruur pada Bank Syariah Mandiri KC Padang. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini adalah metode penelitian kualitatif dengan memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas dan berakhir dengan suatu teori, bentuk data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata dan bukan dalam bentuk angka. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Padang khususnya dalam memasarkan produk tabungan mabruur, Bank menggunakan prinsip strategi bauran pemasaran yang terdiri dari 4 unsur yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Yang gunanya adalah untuk mengenalkan produk tabungan mabruur kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat pada produk tabungan mabruur. Strategi pemasaran yang paling efektif yang di pakai oleh Bank Syariah Mandiri KC Padang adalah strategi promosi karena dalam hal memasarkan produk tabungan mabruur Bank Syariah Mandiri KC Padang menyebarkan brosur tabungan mabruur kepada masyarakat, menawarkan langsung kepada masyarakat dengan cara mendatangi ke tempat usaha nasabah dan juga ke pengajian, bank juga menyediakan website yang berisi informasi lengkap yang dapat diketahui oleh masyarakat luas serta Bank juga menjalin kerja sama dengan instansi yang berhubungan dengan haji dan umrah.

Kata kunci : **Strategi Pemasaran, produk tabungan mabruur(haji)**