**PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Hakiki

NIM : 1640300038

Jenjang : Magister

Program Studi : Ekonomi Syari’ah

Menyatakan bahwa naskah tesis magister yang berjudul “STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DAN PEMASARAN PEMBIAYAAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARI’AH KCP SERANG ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di dunia akademik.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti secara meyakinkan bahwa sebagian maupun keseluruhan dari tesis ini merupakan hasil plagiat, saya bersedia menerima sanksi dan konsekuensinya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Serang, 02 Januari 2018

Saya Yang Menyatakan,

**Ahmad Hakiki**

1640300036

**PENGESAHAN**

Tesis Berjudul : **STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DAN PEMASARAN PEMBIAYAAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARI’AH KCP SERANG**

Nama : Ahmad Hakiki

NIM : 1640300038

Program Studi : Ekonomi Syari’ah

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E)

Serang, 29 Desember 2017

Direktur,

**Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum**

NIP. 19590810 199003 1 002

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS MAGISTER**

Tesis Berjudul : **STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DAN PEMASARAN PEMBIAYAAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARI’AH KCP SERANG**

Nama : Ahmad Hakiki

NIM : 1640300038

Program Studi : Ekonomi Syari’ah

Telah disetujui Tim Penguji Munaqosah

Ketua : Dr. Nana Suryapermana, M.Pd ( ........................... )

Sekretaris : Subekhan, M.Ag ( ........................... )

Penguji I : Dr. Hj. Oom Mukaromah, M.Hum ( ........................... )

Penguji II : Dr. Ahmad Hidayat, Lc.,M.Ag ( ........................... )

Pembimbing I : Dr. Itang.,M.Ag ( ........................... )

Pembimbing II: Dr. Erdi Rujikartawi., M.Hum ( ........................... )

Diuji di Serang Pada Tanggal 11 Januari 2018

Waktu : 08.00 s.d 09.30

Hasil/Nilai :

Predikat :

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Kepada Yth :

Direktur Program Pascasarjana

UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten

Di – Serang

***Assalamualaikum Wr. Wb.***

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis magister yang berjudul : “**Strategi Penghimpunan Dana Dan Pemasaran Pembiayaan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Serang””** yang ditulis oleh :

Nama : AHMAD HAKIKI

NIM : 1640300038

Program Studi : Ekonomi Syari’ah

Kami telah bersepakat bahwa tesis magister tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pasca Sarjana UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten untuk Ujian Tesis Magister dalam rangka memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E).

***Wassalamualaikum Wr.Wb***

Serang, 29 Desember 2017

Pembimbing I Pembimbing II

**Dr. Itang., M.Ag Dr. Erdi Rujikartawi., M.Hum**

NIP. 19710804 199803 1 003 NIP. 19730906 200501 1 003

**ABSTRAK**

Nama : Ahmad Hakiki, NIM. 1640300036 Judul Tesis : Strategi Penghimpunan Dana Dan Pemasaran Pembiayaan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Serang.

Dinamika kompetisi perbankan sekarang ini semakin tinggi, mengakibatkan suatu keuntungan kompetitif (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh suatu bank makin tidak berkelanjutan (sustainable). Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat. Oleh karena itu, setiap bank tentunya memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana Strategi penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan pada Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang ? (2) Apa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Bank BNI Syari’ah KCP Serang dalam menjalankan strategi penghimpunan dan pemasaran pembiayaan ? (3) Bagaimana pengaruh strategi marketing yang dilakukan oleh Bank BNI Syari’ah KCP Serang terhadap peningkatan jumlah nasabah ?

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi apakah yang digunakan oleh bank dalam memasarkan penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan. (2) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang dalam menjalankan strategi penghimpunan dana dan pemasaran pembiayaan. (3) Untuk mengetahui pengaruh strategi marketing yang dilakukan oleh Bank BNI Syari’ah KCP Serang terhadap peningkatan jumlah nasabah

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian diskriptitf kualitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk kata- kata dan gambar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan selama ini telah berjalan sesuai dengan tujuan dan target dari Bank BNI Syariah, hanya saja dalam pelaksanaannya perlu terus dilakukan pendekatan kepada para nasabah sehingga mereka menjadi nasabah yang loyal kepada bank.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Produk Dana dan Pembiayaan

**ABSTRACT**

This Research is entitled : “Funding And Farming Marketing Strategy For The Importance Of Customer Number In Bank BNI Syariah KCP Serang. By Ahmad Hakiki 1640300036.

The dynamics of today's banking competition are increasingly high, resulting in a competitive advantage possessed by a bank increasingly unsustainable. Along with the development of a business that makes the competition to be tight. Therefore, each bank must have its own strategy in the face of competition.

The purpose of this study is to know what marketing strategy used by Bank BNI Syariah KCP Serang in collecting funds and financing and its influence on the bank.

The research method used is qualitative discriptitf research method that is research about data collected and expressed in the form of words and pictures, words arranged in sentence, for example sentence result of interview between researcher and informant.

The Result of research that the marketing conducted so far has been in accordance with the objectives and targets of Bank BNI Syariah, only in the implementation need to continue to approach the customers so that they become customers who are loyal to the bank.

Keywords: Strategy, Marketing, Fund Products and Financing

**الملخص**

الاسم: أحمد حقيق ، نيم ٦٣...٣.٤٦١ عنوان الرسالة: استراتيجية جمع التبرعات والتمويل التسويقي لزيادة عدد العملاء في البنك بني سيريا ككب سيرانغ.

إن ديناميات المنافسة المصرفية الآن أعلى، مما أدى إلى ميزة تنافسية يمتلكها مصرف غير مستدامة على نحو متزايد (مستدامة). جنبا إلى جنب مع تطوير الأعمال التي تجعل المنافسة لتكون ضيقة. لذلك، يجب أن يكون لكل بنك استراتيجية خاصة به في مواجهة المنافسة، والمشكلة هي على وجه التحديد الاستراتيجية التي يستخدمها البنك. لأنه إذا كانت الاستراتيجية التي ينفذها البنك أقل دقة، فإن الاستراتيجية يمكن أن تؤدي إلى خسارة للبنك.

صياغة المشكلة في هذه الدراسة هي: (١) كيف يتم إستراتيجية جمع الأموال وتسويق التمويل لدى البنك المركزي السوري فرع ساريانجان فرع سيرانج ؟ (٢) ما هي العوامل الداعمة والمثبطة التي تواجه بنك بي ان سي سياريا ككب سيرانج في تنفيذ استراتيجية جمع التمويل والتسويق ؟ (٣) كيف يؤثر تأثير استراتيجية التسويق من قبل البنك بني سيارياه ككب سيرانج على زيادة عدد العملاء؟ (٤) كيف يؤثر تأثير استراتيجية التسويق من قبل بنك بني سياريه ككب سيرانج نحو زيادة عدد العملا.

والغرض من هذا البحث هو (١) لمعرفة ما هي الاستراتيجية التي يستخدمها البنك في تراكم صناديق التسويق وتسويق التمويل. (٢) لمعرفة العوامل الداعمة والمثبطة التي يواجهها بنك بني سارية سيرانج فرع مكتب (ككب) سيرانج في تنفيذ استراتيجية جمع الأموال وتسويق التمويل. (٣) لمعرفة كيفية التعامل مع حاجز التسويق (٤) لمعرفة تأثير استراتيجية التسويق التي يقوم بها البنك بني سيارياه ككب سيرانج لزيادة عدد العملاء.

طريقة البحث المستخدمة هي طريقة البحث النوعي ديسكريبتيتف التي هي البحث عن البيانات التي تم جمعها والتي تم التعبير عنها في شكل كلمات وصور، كلمات مرتبة في الجملة، على سبيل المثال نتيجة الجملة للمقابلة بين الباحث والمخبر

وأظهرت نتائج البحث أن التسويق الذي تم القيام به حتى الآن قد تم تشغيله وفقا لأهداف وغايات بنك بني السنية، فقط في حاجة التنفيذ لمواصلة النهج للعملاء بحيث يصبحوا عملاء مخلصين للبنك

**KATA PENGANTAR**

**Assalamualaikum Wr. Wb**

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tesis ini dengan baik yang berjudul “**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA DAN PEMASARAN PEMBIAYAAN UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARI’AH KCP SERANG.**

Dalam penulisan Tesis ini penulis banyak dibantu oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menghaturkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman., M.A Rektor UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten
2. Bapak Prof. Dr. H. B. Syafuri, M.Hum Direktur Program Pasca Sarjana UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten
3. Bapak Dr. Nana Suryapermana, M.Pd Ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten
4. Bapak Dr. Itang., M.Ag Pembimbing I dan Bapak Dr. Erdi Rujikartawi., M.Hum Pembimbing II.
5. Seluruh Dosen Pengampu Program Pasca Sarjana UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten
6. Pimpinan beserta Staff Bank BNI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Serang.

Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerja sama yang baik yang telah di berikan kepada Penulis, Penulis berharap semoga Allah SWT membalas dengan pahala yang berlimpah. Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat menerima saran dan masukan yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan penulisan Tesis ini.

Penulis berharap penulisan Tesis ini juga akan memberikan manfaat bagi pihak lain, terlebih khusus para pembaca dan pihak Perbankan Syari’ah yang ada di Kota Serang.

Serang, 29 Desember 2017

Penulis

**PERSEMBAHAN**

Penulis persembahkan Tesis ini kepada :

Bapak H. Dadang Mahdori (alm) dan Ibunda Hj. Mulhaeti,

Istriku Hj. Lisnayati S.HI dan anak-anaku Muhamad Rafa Alfa Rizki, Dan Muhamad Nizam Al Faqih sebagai motivasi untuk terus belajar dan jangan berhenti belajar.

**MOTTO :**

**جَاهِدُوا اَلْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ, وَأَنْفُسِكُمْ, وَأَلْسِنَتِكُمْ  رَوَاهُ أَحْمَدُ, وَالنَّسَائِيُّ, وَصَحَّحَهُ اَلْحَاكِم**

“Perangilah Orang-orang Musyrik dengan harta kalian, diri kalian, lidah kalian”. (Hadits Riwayat Ahmad dan Nasa’i).

“Berantaslah kebiasaan menunda-nunda pekerjaan, menggeser tanggung jawab, takut, ragu, iri, sok prestise yang semuanya berpangkal pada pikiran kumal. pergunakan waktu sebanyak-banyaknya untuk belajar, membaca, melatih diri pada keahlian tertentu. Cara terbaik mendepositokan waktu adalah melalui belajar”. (Dr. Suparman Sumahamijoyo, 1981 : 406)

**DAFTAR ISI**

**PERNYATAAN KEASLIAN i**

**LEMBAR PENGESAHAN ii**

**HALAMAN PERSETUJUAN iii**

**NOTA DINAS PEMBIMBING iv**

**ABSTRAK v**

**KATA PENGANTAR viii**

**PERSEMBAHAN x**

**MOTTO xi**

**DAFTAR ISI xii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
  2. Identifikasi Masalah 8
  3. Batasan Masalah 9
  4. Rumusan Masalah 9
  5. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 10
  6. Metodologi Penelitian 11
     1. Desain Penelitian 11
     2. Jenis Data 14
     3. Populasi/Sampel 15
     4. Tekhnik Pengumpulan Data 16
  7. Subjek dan Objek Penelitian 21
  8. Waktu dan Tempat Penelitian 21
  9. Metode Analisis Data 22
  10. Sistematika Penulisan 24

**BAB II LANDASAN TEORI 26**

* 1. Teori Bank 26
     1. Pengertian Bank 26
     2. Fungsi Bank 29
     3. Tujuan Bank 33
     4. Produk Bank Syariah 36
  2. Definisi Strategi 44
  3. Teori Pemasaran 48

1. Pengertian Pemasaran Bank 48
2. Konsep Pemasaran 54
3. Perencanaan Pemasaran 60
4. Fungsi Pemasaran 66
5. Strategi Pemasaran 68
   1. Nasabah 71
   2. Landasan Hukum 73
   3. Penelitian Terdahulu 77
   4. Kerangka Teori 78

**BAB III KONDISI OBJEKTIF BNI SYARIAH 80**

* 1. Sejarah Dan Profil Singkat Bank BNI Syariah 85
  2. Visi dan Misi Bank BNI Syariah 86
  3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Kerja 86
  4. Produk dan Aplikasi Akad 96

1. Simpanan 96
2. Pembiayaan Produktif 118
3. Pembiayaan Lain-lain 122
4. Service (Jasa) 125

**BAB IV STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK BNI SYARIAH**

1. Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana dan pembiayaan 127
2. Strategi Pemasaran Penghimpunan Dana 127
3. Strategi Pemasaran Pembiayaan 131
4. Faktor Pendukung dan Penghambat 138
5. Faktor Pendukung 138
6. Faktor Penghambat 140
7. Upaya Mengatasi 142
8. Pengaruh Strategi Pemasaran 143

**BAB V KESIMPULAN DAN 147**

* 1. Kesimpulan 147
  2. Saran 150

**DAFTAR PUSTAKA 151**

LAMPIRAN – LAMPIRAN