

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia dengan mayoritas penduduknya yang beragama Islam, memiliki potensi besar dalam membangun lembaga keuangan syariah. Sukses dalam upaya ini sangat bergantung pada kesadaran masyarakat terhadap industri halal dan dukungan kuat dari berbagai pihak, diantaranya bank syariah, yang menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan industri halal.

Bank Syariah memegang peran yang sangat signifikan dalam ekosistem keuangan syariah. Dalam tiga dekade terakhir, perkembangan bank syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang konsisten. Inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, dan pengembangan sistem jaringan terus menunjukkan perkembangan positif dari tahun ke tahun. Oleh karena itu, banyak bank syariah yang menjalankan kerja sama kooperatif untuk mengembangkan lembaga keuangan syariah yang lebih baik. Sebagai contoh, Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil penggabungan dari tiga bank milik pemerintah, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.¹

Pada tanggal 1 Februari 2021 (19 Jumadil Akhir 1442 H), tercatat sebagai momen bersejarah ketika Bank Syariah Mandiri, BNI, BRI Syariah resmi bergabung menjadi satu entitas, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil dari penggabungan ini membawa dampak positif signifikan bagi ketiga bank tersebut. Mereka kini menyajikan layanan yang lebih komprehensif, memiliki jangkauan lebih luas, dan memiliki kapasitas modal yang lebih kuat. Dukungan dari perusahaan induk masing-masing (mandiri, BRI, BNI) serta pemerintah melalui kementerian BUMN telah memberikan dorongan yang kuat agar BSI dapat bersaing ditingkat global. Terkait

¹ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Sejarah Perseroan," diakses 20 Juli 2023, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html .

komposisi pemegang saham BSI, sekarang terdiri dari PT Bank Syariah Mandiri (Persero), Tbk sebesar 51,2%, PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk sebesar 25% dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk sebesar 17,4%. Sementara saham syariah DPLK BRI memiliki saham syariah (2%) dan saham publik mencapai (4,4%).²

Diharapkan bahwa penggabungan tiga bank syariah ini akan menjadi sumber energi positif dalam memajukan perekonomian nasional dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) mencerminkan visi perbankan syariah yang bersifat universal, modern dan memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat (*Rahmatan Lil' alamin*).

2. Profil Perusahaan

Kantor cabang Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 berlokasi di Jl. Jend. Ahmad Yani No 23. Krajan, Panjunan, Kec. Kota Kudus, Jawa Tengah. Kantor cabang ini merupakan bagian dari entitas baru yang muncul sebagai hasil penggabungan anak perusahaan BUMN di sektor perbankan, yang berasal dari tiga bank yakni Bank BNI Syariah, BRI syariah, dan Mandiri Syariah. Pada tanggal 1 Februari 2021 Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 secara resmi menjadi entitas yang terpisah dari bank induk sebelumnya, yaitu bank Mandiri Syariah (BSM).

Dengan adanya penggabungan tiga bank syariah ini, diharapkan akan membawa dampak positif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kesejahteraan masyarakat. Selain itu, diharapkan pula bahwa bank yang terbentuk dari merger ini mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional.

Kantor cabang : Ruko, Jl. Jend. A. Yani Jl. Jend. Ahmad Yani No.9, Magersari, Panjunan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah.

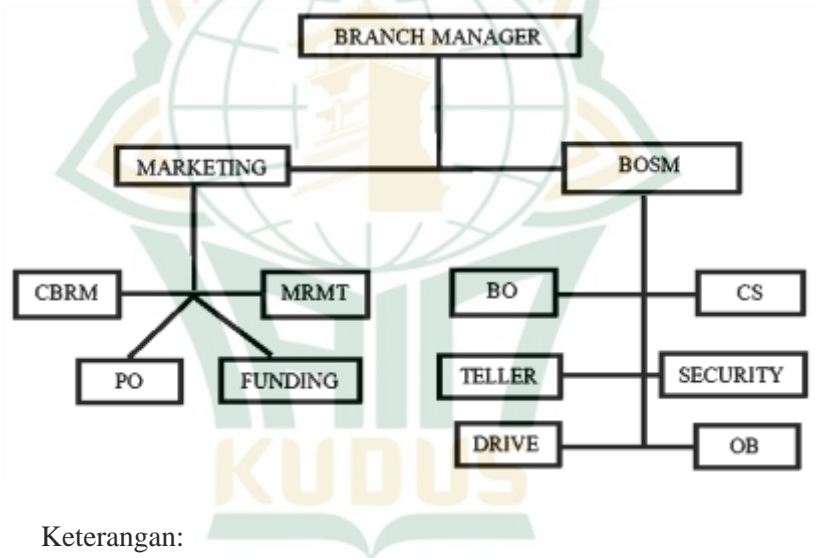
² PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Sejarah Perseroan," diakses 20 Juli 2023, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html .

No. Telp : (0291) 439272
 Kode pos : 59317

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi mencerminkan tatanan yang menggabungkan hubungan yang konsisten antara fungsi dan individu yang menetapkan peran, pekerjaan, serta kewajiban yang beragam dalam sebuah organisasi.³ Struktur organisasi pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BSI KC Kudus Ahmad Yani 1



Keterangan:

- Branch Manager* : Wahyu Kotabumi
- Branch Operasional Service Manager (BOSM)* : Eko Mustah Mieftah
- Costumer Banking Relationship Manager (CBRM)* : Isro Purnomo
- Back Office Head (BO)* : Arif Ulin Nuha
- Micro Relationship Manager Team Leader (MRMTL)* : Suprayogo

³ T. Hani Handoko, *Manajemen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2009).169.

<i>Pawning Officer (PO)</i>	:	Ossy Ambarwati
<i>Funding</i>	:	Nurul Hidayah
<i>Costumer Service</i>	:	1. M Agus Saputra
	:	2. Fathika Aulia Said
<i>Teller</i>	:	Yessi
<i>Security</i>	:	Agus, Tarmiji, Romadhon
<i>Drive</i>	:	Anggit, Puyuh
<i>OB</i>	:	Jafar, Eko

4. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Menjadi Top 10 global *Islamic bank*

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁴

c. Nilai Dasar Bank Syariah Indonesia

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSI, karyawan BSI perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam, yang kemudian disebut BSI AKHLAK.

1) Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan.

⁴ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Visi & Misi," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html.

- 2) Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas.
- 3) Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan.
- 4) Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara.
- 5) Adaptif
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan.
- 6) Kolaboratif
Membangun kerjasama yang sinergis.⁵

5. Produk Bank Syariah Indonesia

Produk PT Bank Syariah Indonesia terdiri dari produk pendanaan, produk pembiayaan, dan jasa. Adapun produk dan jasa PT Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

a. Produk Simpanan

1) BSI Tabungan Easy Wadiah

Tabungan ini menggunakan prinsip akad *wadiah*, yang memungkinkan penarikan dana setiap saat sesuai dengan syarat-syarat yang telah disetujui. Untuk membuka rekening, setoran awal minimum hanya Rp. 100.000, dengan saldo minimum Rp. 50.000. Selanjutnya, setoran berikutnya memiliki batas minimum Rp. 10.000. Biaya penutupan rekening Rp. 20.000, biaya pengganti buku tabungan karena hilang atau rusak Rp. 10.000, biaya administrasi yang gratis, dan seluruh proses ini dikelola dengan prinsip syariah berdasarkan akad *wadiah yad dhamanah*.

2) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip akad *mudharabah mutlaqah*, setoran awal

⁵ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Nilai-nilai Perusahaan," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html.

minimal Rp. 100.000, saldo minimum Rp. 50.000, minimal setoran berikutnya Rp. 10.000 dan biaya penutupan rekening dan biaya penggantian buku tabungan yang sama dengan tabungan wadiah.

3) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan berjangka untuk keperluan pendidikan dengan pembayaran bulanan yang tetap dan asuransi. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah mutlaqah*, setoran bulanan minimal Rp. 100.000 hingga maksimal Rp. 10.000.000. Tidak ada biaya bulanan, dan biaya penutupan rekening setelah jatuh tempo gratis. Periode tabungan bisa berlangsung antara 1 hingga 20 tahun.

4) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan yang bertujuan untuk memberikan edukasi keuangan kepada pelajar mengenai produk tabungan dan layanan perbankan syariah. Tabungan ini menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*, dapat diakses secara online melalui seluruh cabang BSI, dan menyediakan fasilitas e-banking. Anda dapat membuka rekening dengan setoran awal hanya Rp 1.000 dan setoran berikutnya minimal Rp 1.000. Tidak ada biaya bulanan, dan biaya penutupan rekening hanya Rp 1.000.⁶

5) Tabungan Haji

a) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan umrah berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah akad *wadiah dan mudharabah*. Setoran awal yang minimal yang ringan hanya Rp. 100.000, setoran selanjutnya Rp. 10.000, saldo minimal Rp. 100.000, biaya administrasi yang gratis, biaya penutupan rekening Rp. 20.000,

⁶ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

jumlah saldo yang didaftarkan ke SISKOHAT Rp. 25.100.000.

b) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

Tabungan yang membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah untuk anak usia dibawah 17 tahun, lebih tepatnya minimal usia 12 tahun lebih 1 hari. Setoran awal minimal Rp. 100.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000, saldo yang didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp. 25.100.000 atau sesuai ketentuan dari Kementrian Agama. Biaya penutupan rekening karena batal hanya sebesar Rp. 25.000.

Penyetoran dan Penarikan

- (1) Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan diseluruh cabang bank sesuai waktu operasional bank.
- (2) Setoran awal minimal Rp. 100.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000 via cabang, Rp. 1 via E-Channel (mobile dan internet banking).
- (3) Saldo minimal untuk didaftarkan pada SISKOHAT adalah sebesar nominal yang ditentukan lembaga pemerintah yang dimiliki wewenang penyelenggaraan haji dan umrah ditambah sebesar saldo minimal tabungan.
- (4) Penarikan dapat dilakukan dalam “kondisi darurat” misalnya nasabah dalam kondisi musibah atau kemalangan. Dan hanya dapat dilakukan dengan slip penarikan tabungan, surat pernyataan permohonan penarikan dana tabungan haji Indonesia sebagian dan memperlihatkan buku tabungan.
- (5) Penarikan dan pemindahbukuan dapat dikuasai dengan melampirkan surat kuasa yang sah dari nasabah, disertai bukti

identitas dari pemilik dan penerima kuasa.⁷

Keunggulan Produk Tabungan Haji

- (1) Setelah nasabah daftar porsi haji dilengkapi dengan BSI Debit Haji Indonesia sebagai kartu ATM dengan menggunakan provider Visa
- (2) *E-Banking* (BSI Mobile dan BSI Net Banking)
- (3) Pilihan notifikasi melalui SMS, email dan WA
- (4) Bebas biaya administrasi
- (5) Membantu perencanaan ibadah haji dan umrah
- (6) Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dari minimal usia 12 tahun
- (7) Bebas biaya penutupan rekening
- (8) Pelunasan haji dapat dilakukan secara online
- (9) Pembukaan rekening online

Syarat dan Ketentuan Tabungan Haji

- (1) Perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah
- (2) KTP
- (3) NPWP
- (4) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening secara lengkap dan benar.

Penutupan Rekening Tabungan

- (1) Untuk nasabah yang telah memiliki nomor porsi, maka rekening tidak boleh ditutup, kecuali nasabah melakukan pembatalan porsinya.

⁷ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

- (2) Untuk nasabah yang telah melakukan ibadah haji, maka tabungan dapat ditutup paling lambat 6(enam) bulan setelah tanggal kedatangan kelompok terbang terakhir jamaah haji di Indonesia.
- 6) BSI Tabungan Rencana

Tabungan berjangka untuk berbagai tujuan yang memberikan tingkat keuntungan yang bertahap dan dilengkapi dengan asuransi tanpa biaya tambahan. Tabungan ini dikelola berdasarkan prinsip akad mudharabah mutlaqah, dengan setoran bulanan minimal Rp. 100.000, target dana minimal Rp. 1.200.000, dan maksimal Rp. 1.500.000.000. Tidak ada biaya administrasi bulanan atau biaya penutupan rekening, dan periode tabungan dapat berlangsung mulai dari 1 hingga 10 tahun.⁸

- 7) BSI TabunganKu

BSI TabunganKu adalah jenis tabungan pribadi yang mudah diakses di berbagai bank di Indonesia, dengan fasilitas kartu ATM, kartu debit, dan layanan e-banking. Anda bisa membuka rekening dengan setoran awal minimal, tergantung apakah Anda memilih memiliki kartu ATM atau tidak, dan tabungan ini beroperasi sesuai dengan prinsip syariah akad *wadiah yad dhamanah*.⁹

- 8) BSI Tabungan Pensiun

Jenis tabungan yang disediakan untuk individu yang sudah terdaftar di Lembaga Pengelolaan Pensiun yang bekerjasama dengan bank. Tabungan ini memiliki biaya administrasi yang terjangkau dan diatur sesuai dengan prinsip mudharabah mutlaqah. Untuk membuka rekening, Anda hanya perlu menyetorkan minimal Rp.

⁸ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

⁹ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

50.000, dan menjaga saldo minimum sebesar Rp. 50.000. Biaya administrasi bulanan sebesar Rp. 6.000, dan biaya penutupan rekening sekitar Rp. 20.000.

b. Produk Pembiayaan

1) BSI Griya Hasanah

BSI Griya Hasanah adalah pembiayaan yang digunakan untuk membeli rumah, baik yang baru maupun bekas, dalam jangka waktu yang fleksibel (pendek, menengah, atau panjang). Pembiayaan ini berdasarkan prinsip *murabahah* dan berlaku untuk rumah-rumah yang berada dalam proyek pengembangan. Angsuran bulanan tidak boleh melebihi 40% dari penghasilan bulanan bersih. Pencairan pembiayaan dapat dilakukan setelah progres pembangunan mencapai 50%, dengan total pencairan maksimal hingga 50%.

2) BSI OTO

BSI OTO adalah layanan yang memberikan pembiayaan untuk kepemilikan kendaraan bermotor melalui sistem *murabahah*. Jenis kendaraan yang dapat dibiayai oleh BSI OTO yakni mobil baru. Jangka waktu pembiayaan berkisar antara 1 tahun hingga 5 tahun.¹⁰

3) BSI Gadai Emas

Gadai emas adalah alternatif cepat untuk mendapatkan pembiayaan yang menggunakan emas sebagai jaminan, dengan pinjaman mulai dari Rp. 500.000 dan jangka waktu 4 bulan yang bisa diperpanjang. Selain itu, pengelolaannya sesuai dengan prinsip syariah, dan biaya tambahan hanya dikenakan saat pelunasan.

4) BSI Cicil Emas

Cicil emas berkah adalah opsi yang diberikan oleh BSI kepada nasabah untuk mempermudah pembelian atau kepemilikan emas

¹⁰ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

dalam bentuk batangan. Hal ini dapat dilakukan dengan mudah dan menguntungkan, dengan pembayaran awal sebesar 20% dan cicilan tetap.

5) BSI KPR Sejahtera

Bentuk pembiayaan kepemilikan rumah yang didasarkan pada prinsip syariah, dengan dukungan dari Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) yang dikelola oleh Kementerian PUPR. Pembiayaan ini diberikan kepada masyarakat berpenghasilan rendah untuk memfasilitasi kepemilikan rumah yang layak, baik dari individu maupun badan hukum.

6) BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan BSI pensiun berkah adalah bentuk dukungan keuangan yang diberikan kepada karyawan yang akan segera pensiun dalam waktu kurang dari 6 bulan atau kepada janda pensiunan yang sudah menerima Surat Keputusan (SK) pensiun.

7) BSI KUR Mikro

Bentuk pembiayaan jangka pendek yang direncanakan untuk mendukung keperluan bisnis dan kebutuhan lainnya, dengan batasan pembiayaan maksimal Rp. 50.000.000, berdasarkan perjanjian akad *murabahah* dan *Ijarah*.¹¹

c. Jasa Produk

1) Bank Syariah Indonesia Debit Standar Nasional

Kartu ATM dan kartu debit dengan chip teknologi yang dikeluarkan oleh BSI, terhubung dengan jaringan nasional, dan dapat digunakan di semua mesin ATM.

2) BSI SMS Banking

Layanan produk yang memanfaatkan teknologi seluler dengan tujuan untuk memudahkan nasabah dalam menjalankan berbagai transaksi perbankan.

¹¹ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

3) BSI Mobile

Layanan bagi nasabah untuk menggunakan saluran elektronik, seperti ponsel atau tablet, untuk mengakses rekening bank mereka melalui jaringan komunikasi.

4) BSI Net Banking

cara bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui internet dengan mengakses situs web <https://bsinet.bankbsi.co.id>.

d. Jasa Operasional

1) Transfer Lintas Negara Western Union

Jasa ini untuk mengirim atau menerima uang dengan cepat, baik di dalam satu negara maupun ke luar negeri.

2) Kliring

Kliring adalah cara bank dan lembaga keuangan mengirim uang satu sama lain, entah secara otomatis atau dengan cara melalui aturan yang berlaku di negara tersebut.¹²

B. Deskripsi Data Penelitian**1. Penerapan strategi pemasaran syariah dalam produk tabungan Haji dan Umrah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 untuk meningkatkan jumlah nasabah**

Menurut hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang dilakukan oleh peneliti untuk memahami strategi pemasaran yang dilakukan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 guna memikat minat calon jamaah haji dan umrah agar membuka rekening tabungan haji dan umrahnya di KC Kudus Ahmad Yani 1 sebagai berikut:

a. *Segmentasi*

Langkah awal dalam melakukan kegiatan pemasaran BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 melakukan strategi segmentasi pasar. Dalam hal segmentasi pasar BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memiliki segmentasi secara khusus kepada masyarakat Kudus.

¹² PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Halaman Utama," bankbsi, diakses 20 Juli 2023, www.bankbsi.co.id.

Hal ini didukung dengan penjelasan yang disampaikan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“Segmentasi pasar yang dilakukan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam pemasaran produk tabungan Haji dan Umrah dilakukan dengan cara membagi kelompok pasar agar sesuai dengan target perusahaan. Pengelompokan ini ada 3 melihat dari lokasi kantor BSI, melihat usia nasabah, dan pekerjaan nasabah. Lokasi kantor cabang BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat strategis terletak di tengah kota hal ini akan memudahkan pemasaran baik itu produk tabungan haji maupun produk BSI yang lain selain itu juga nasabah akan merasa nyaman dengan pemilihan lokasi yang strategis, melihat dari segi usia tabungan haji terbagi menjadi 2 yakni tabungan haji Indonesia dengan minimal usia 17 tahun dan tabungan haji muda Indonesia minimal usia 12 tahun lebih 1 hari, melihat dari pekerjaan BSI tidak menargetkan produk tabungan haji dipasarkan kepada pegawai saja akan tetapi semua pekerjaan termasuk dalam segmentasi pasar yang dipilih BSI.”¹³

Hal ini juga disampaikan Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengatakan bahwa:

“Segmentasi pasar BSI dikelompokkan menjadi 3, lokasi, usia, dan pekerjaan nasabah. Lokasi kantor cabang BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dibidang sangat strategis dan terletak ditengah kota dengan ini ketika BSI akan memasarkan produk tidak hanya produk tabungan haji akan lebih mudah, yang kedua melihat dari segi usia produk tabungan haji mulai dari umur 12 tahun lebih 1 hari ini untuk tabungan haji muda dan minimal 17 tahun untuk haji Indonesia apabila umurnya dibawah 12 tahun maka tabungannya masuk ke

¹³ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

tabungan biasa belum boleh membuka tabungan haji muda Indonesia, melihat dari segi pekerjaan BSI tidak membedakan nasabah yang terpenting beragama Islam dan sudah akil baliq.”¹⁴

Mengelompokkan segmentasi pasar tabungan haji BSI menggunakan 3 kriteria segmentasi yakni dilihat dari segi wilayah dimana wilayah BSI sangat strategis terletak di tengah kota, melihat dari segi usia yang ditentukan untuk tabungan haji mulai umur 12 tahun lebih 1 hari untuk tabungan haji muda Indonesia dan minimal 17 tahun untuk tabungan haji Indonesia, dan dari segi pekerjaan BSI menerima semua jenis pekerjaan asalkan beragama Islam dan sudah akil baliq.

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“Lokasi rumah saya dengan BSI tidak terlalu jauh, perjalanan 15 menit sampai. Saya mulai membuka rekening tabungan haji pada tahun 2021. Sisa gaji saya sisihkan untuk menabung haji. Untuk mendaftar haji syaratnya memiliki tabungan haji dengan saldo 25.100.000 tabungan saat ini masih belum mencukupi. Pekerjaan saya sudah tetap sebagai PNS di RSUD Kudus.”¹⁵

Nasabah BSI Ibu Suyatmi menyampaikan bahwa:

“Jarak rumah dan BSI tidak terlalu jauh. Saya langsung membuka tabungan haji di BSI yang diarahkan dari biro travel. Mulai membuka rekening tabungan haji pada tahun 2021. Saat ini saya sudah mendaftar haji dan menunggu waktu yang ditentukan dari KEMENAG. Pekerjaan saya sebagai buruh.”¹⁶

¹⁴ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁵ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

¹⁶ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

b. *Targeting*

Adanya strategi targeting membantu merencanakan bisnis yang dituju untuk mengidentifikasi target pasar yang paling cocok tau berpotensi memberikan nilai tambahan yang signifikan bagi bisnis. Hal ini melibatkan penentuan target pasar yang akan menjadi fokus utama dalam upaya pemasaran, sehingga proses pemasaran menjadi lebih terfokus dan efektif. Hal ini didukung dengan penjelasan yang disampaikan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sudah menentukan target tersendiri dalam memasarkan tabungan Haji dan umrah, tentunya sasaran pasar yang dituju adalah semua individu, tanpa memandang latar belakang sosial, yang beragama Islam dan memiliki kartu atau identitas diri. BSI menggunakan Islamic Ekosistem dimana hal ini akan lebih memudahkan dalam mengenalkan produk tabungan haji kepada masyarakat yang akan membuka tabungan haji dan umrah. Islamic Ekosistem yang dituju BSI yakni lembaga halal, sekolah Islam, pondok pesantren, fashion halal, universitas Islam, dan rumah sakit Islam”. selain Islamic ekosistem BSI juga bekerjasama dengan biro travel dengan menawarkan paket perjalanan haji yang terintergritas dengan produk tabungan haji BSI.”¹⁷

Hal ini juga disampaikan Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengatakan bahwa:

“BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menargetkan masyarakat muslim dengan identitas diri sah untuk memasarkan tabungan haji. Dengan melihat perkembangan Islamic Ekosistem untuk memperkenalkan produk ini kepada calon nasabah yang berencana membuka tabungan haji,

¹⁷ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

dengan melibatkan berbagai entitas seperti lembaga halal, sekolah Islam, pondok pesantren, fashion halal, universitas Islam, dan rumah sakit Islam. Selain itu dalam proses pelayanan yang baik ke nasabah juga menjadi hal yang penting untuk bisa menarik minat nasabah membuka rekening tabungan haji.”¹⁸

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“sudah lama saya memikirkan untuk melakukan ibadah haji. Sesuai biro travel yang saya pilih bank BSI menjadi rekomendasi bank pilihan saya untuk membuka tabungan haji.”¹⁹

Nasabah BSI Ibu Suyatmi menyampaikan bahwa:

“Saat itu saya dapat rekomendasi bank BSI dari teman yang bekerja sebagai guru di pondok pesantren. Dia menjelaskan syarat yang dibawa saat membuka rekening tabungan haji di BSI. Ternyata syaratnya tidaklah rumit, dan CS membantu dengan baik.”²⁰

c. *Positioning*

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memosisikan sebagai bank yang memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah dan menjadi lembaga keuangan yang amah. Citra yang baik dari nasabah akan memberikan pandangan yang baik bagi BSI maka hal ini akan lebih memudahkan mempromosikan atau mengenalkan produk tabungan haji dan umrah milik BSI kepada nasabah. Nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji maupun umrah dengan membuka tabungan haji di BSI akan dibantu sampai dengan nasabah tersebut

¹⁸ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

¹⁹ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

²⁰ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

mendapatkan nomor porsi. Hal ini disampaikan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengatakan bahwa:

“BSI memposisikan diri sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Sehingga BSI merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa dengan menggunakan sistem bagi hasil, dalam proses yang cepat, dan menentramkan serta jangka waktu tertentu yang fleksibel”.²¹

Hal yang sama juga diutarakan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“BSI saat ini menjadi bank syariah yang menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mengenalkan diri sebagai mitra bisnis yang amanah dan maslahah, memposisikan diri sebagai lembaga keuangan yang mengatur masyarakat yang mempunyai masalah dalam kepengurusan keberangkatan haji dan umrah melalui produknya.”²²

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“saya mempercayai BSI karena menekankan keunggulan produk dalam hal keamanan dan keuntungan yang didapatkan. BSI juga dapat menekankan manfaat finansial jangka panjang. Maka dengan ini saya lebih percaya menabung di BSI.”²³

²¹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

²² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

²³ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

Nasabah BSI Ibu Suyatmi menyampaikan bahwa:

“Menurut pendapat saya BSI Menciptakan persepsi positif dan menarik bagi nasabah, seperti dijamin keamanan dan kenyamanan dalam tabungan haji. Sehingga minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk tabungan haji maupun produk lain BSI kan memberikan daya tarik nasabah. Dengan ini tidak ragu memilih BSI.”²⁴

d. *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran)

Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber yang relevan mengenai strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah berprinsip syariah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Agar dapat mencapai sasarannya di pasar, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mengandalkan marketing mix atau kombinasi pemasaran. Karena elemen-elemen inilah yang terlihat di pasar, oleh karena itu, bank ini memiliki beberapa strategi pemasaran berikut:

1) Produk (*product*)

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, dengan tujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk salah satu hal yang penting bagi perusahaan, dimana keunggulan dan kualitasnya menjadi nilai jual yang menjanjikan.²⁵ Tabungan haji adalah jenis tabungan yang ditunjukkan bagi individu yang berkeinginan berhaji dan umrah, dan telah mencapai kematangan financial. Terciptanya produk tabungan haji akan membantu nasabah. Nasabah yang kekurangan dana akan mencicil dananya melalui menabung untuk menunaikan ibadah haji atau umrah, sehingga tidak memberatkan nasabah. Hal ini didukung dengan penjelasan yang

²⁴ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

²⁵ Soffian Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Depok: Rajawali Press, 2018).102.

disampaikan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“Produk tabungan haji dan umrah di BSI akan memfokuskan memberikan manfaat bagi nasabah, membantu nasabah dari proses awal sampai akhir, tidak hanya itu kita akan memberikan pelayanan maupun layanan yang bagus ke nasabah. Tabungan haji di BSI jenis reguler dimana program keberangkatan haji yang diselenggarakan langsung oleh pemerintah melalui kementerian Agama. Produk tabungan haji dan umrah terdiri dari dua jenis tabungan haji Indonesia dan tabungan haji muda Indonesia. Mulai dari usia 17 tahun untuk tabungan haji Indonesia dan 12 tahun lebih 1 hari untuk tabungan haji muda di Indonesia. tingginya waiting list keberangkatan haji akan terbantu dengan adanya tabungan haji muda Indonesia. orang tua bisa mulai mencicil dana untuk anaknya lewat tabungan haji muda Indonesia. selain itu tabungan haji BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mempunyai keunggulan lain yaitu tabungan haji autodebet melalui program ABATANA . Dimana dengan menggunakan program tersebut rekening pada tabungan biasa akan didebetkan ke tabungan haji , sehingga nasabah tidak perlu menyetor langsung.”²⁶

Hal yang sama juga diutarakan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“produk yang ditawarkan BSI baik itu produk tabungan haji ataupun tabungan lain BSI akan mengeluarkan kualitas produk yang baik mulai dari fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada nasabah yang baik. Produk tabungan haji dan umrah di BSI sudah terjamin

²⁶ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

kehalalannya. Fasilitas yang diberikan seperti ATM, BSI Mobile dan lainnya. Saat ini BSI memudahkan nasabah yang ingin mendaftar melalui online lewat aplikasi BSI Mobile ini akan mengurangi antrian panjang di kantor cabang yang memakan waktu lama. Melalui BSI Mobile nasabah bisa mengetahui jumlah tabungannya dengan ini nasabah akan terus giat menabung. Saat nasabah sudah cukup porsi haji, maka nasabah akan mendapatkan notifikasi dari pihak BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Nasabah juga tidak perlu khawatir terhadap dana yang dititipkan dan terhadap penggunaan BSI Mobile BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 akan menjamin keamanannya. Setoran awal dan pelunasannya dapat dilakukan melalui BSI Mobile tanpa harus datang langsung ke kantor cabang.”²⁷

Pendapat *costumer service* dari Ibu Fatika Aulia S mengatakan bahwa:

“Tabungan haji dan umrah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* dan *Wadiah Yad Dhamanah*. Dalam akad *mudharabah mutlaqah*, nasabah menyimpan dananya dengan niat berangkat haji dan berbagi keuntungan dari pengelola dana oleh BSI. Sementara itu akad *wadiah yad dhamanah* memungkinkan BSI mengelola dana nasabah tanpa pembagian keuntungan, dengan kemungkinan bonus sesuai dengan kebijakan bank. Hingga saldo mencapai porsi haji Rp 25.100.000, dana tetap dikelola oleh BSI. Saat mencapai jumlah tersebut dana dialirkan ke BPKH untuk proses lebih lanjut. Penarikan tabungan haji dari BSI hanya untuk biaya

²⁷ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

perjalanan haji (BPIH) atau keadaan darurat dengan persyaratan tertentu seperti surat permohonan, slip penarikan, dan buku tabungan. Setelah dialihkan ke BPKH, penarikan dilakukan melalui kemenag, bukan BSI.”²⁸

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“Penggunaan aplikasi Mobile Banking memberikan kenyamanan dalam proses pembayaran dan pelunasan haji. Dengan memanfaatkan fitur ini, tidak perlu repot datang langsung ke bank karena Anda dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja. Selain itu, Anda dapat dengan mudah memantau saldo tanpa ada pembatasan waktu atau lokasi.”²⁹

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“Penggunaan Mobile Banking sangat rumit bagi seusia saya yang tidak muda lagi, untuk penyeteroran uang dibantu oleh anak saya yang paham tentang mobile banking.”³⁰

Strategi produk tabungan haji dan umrah yang digunakan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat bagus dan menarik. Ditambah dengan kehalalan produk tabungan haji dan umrah akan mendapatkan kepercayaan nasabah yang baik. produk tabungan haji dan umrah sudah memenuhi kebutuhan dan juga keinginan nasabah. Terciptanya produk tabungan haji Indonesia dengan tabungan haji muda Indonesia akan

²⁸ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

²⁹ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

³⁰ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

memudahkan nasabah. Terlebih lagi, keunggulan dari produk tabungan haji dan umrah di BSI berbeda dari bank-bank lain, termasuk akses melalui kartu ATM yang dapat digunakan bersamaan dengan BSI Mobile banking, sistem otomatis debit melalui program ABATANA, dan tabungan haji yang dapat diakses oleh berbagai kelompok usia dengan biaya pembukaan dan cicilan yang sangat terjangkau sesuai dengan kemampuan nasabah.

2) Harga (*price*)

Aspek yang signifikan dalam proses pemasaran adalah penetapan harga. Harga memiliki peran yang sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga memiliki dampak besar terhadap daya tarik produk dan layanan perbankan. Kesalahan dalam menetapkan harga bisa berdampak serius terhadap hasil akhir produk yang dipasarkan. Bagi perbankan yang berlandaskan prinsip syariah, harga merupakan faktor yang berkaitan dengan pembagian keuntungan.³¹ Pendapat dari manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah mengenai harga mengatakan bahwa:

“Produk tabungan haji di BSI ini menawarkan opsi yang sangat ekonomis. Dengan membayar Rp. 100.000, nasabah sudah dapat membuka rekening tabungan haji. Selain itu, setoran berikutnya memiliki jumlah minimum yang terjangkau yaitu Rp 10.000. dengan begitu, produk tabungan haji dan umrah akan membantu masyarakat yang perekonomiannya masuk dalam kalangan menengah kebawah untuk meraih impian mereka dalam menjalankan ibadah haji dan umrah.”³²

³¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pers, 2012). 227.

³² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“Tabungan haji di BSI tidak dikenai biaya administrasi bulanan. Selain itu pentingnya fitur layanan *standing instruction* yang disediakan tanpa biaya tambahan. Fitur ini membantu nasabah tetap teratur dalam menabung setiap bulan tanpa harus khawatir akan adanya potongan tiba-tiba, sehingga saldo tabungan tetap utuh.”³³

Hal yang sama juga diutarakan *costumer service* Ibu Fatika Aulia S mengatakan bahwa:

“strategi harga tabungan haji yang diberikan BSI kepada nasabah seperti halnya melihat aspek harga yang terjangkau, bebas biaya administrasi bulanan, dan layanan *standing instruction* yang membantu nasabah dalam menabung secara teratur.”³⁴

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“tabungan haji BSI meringankan nasabah untuk menyisihkan dana biaya perjalanan ibadah haji maupun umrah.”³⁵

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“Proses pembukaan akun, proses mencicil, maupun dalam melunasi jumlah tabungan di BSI sangat mudah dan murah. Tidak memberatkan nasabah.”³⁶

³³ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

³⁴ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

³⁵ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

³⁶ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

Harga yang ekonomis, bebas biaya administrasi bulanan, dan fitur layanan yang membantu dalam faktor-faktor penting yang membuat produk tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menarik bagi masyarakat, membantu untuk masyarakat menabung sejak awal untuk meraih impian mereka dalam menjalankan ibadah haji dan umrah. Nasabah juga memberikan tanggapan positif terhadap harga yang telah ditetapkan.

3) Tempat (*place*)

Bank memiliki kapabilitas untuk merumuskan dan merencanakan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip pasar syariah. Tujuannya adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah yang mereka miliki dan juga memperluas cakupan pasar mereka. Pendapat manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah menjelaskan bahwa:

“Tempat operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 ini sangat strategis. Gedung kantor terletak di Ruko, Jl. Jend. A. Yani Jl. Jend. Ahmad Yani No.9, Magersari, Panjunan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Letaknya di daerah perkotaan yang merupakan pusat kegiatan, dekat dengan komunitas warga, serta memiliki akses yang nyaman terhadap lalu lintas.³⁷

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“Kantor cabang BSI A Yani 1 mudah terlihat karena berada di sisi jalan utama, dan aksesnya simpel bagi nasabah menggunakan beragam model transportasi. Selain itu, kantor cabang berdekatan dengan aktivitas masyarakat dan tempat umum lain. Dalam usaha memasarkan produk tabungan haji dan umrah, BSI juga

³⁷ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

melakukan promosi di lokasi-lokasi keagamaan seperti Kantor Urusan Agama (KUA), majelis taklim, pesantren, institusi pendidikan, dan tempat-tempat serupa. Dengan ini nasabah akan lebih menghubungi BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 untuk membuka rekening tabungan haji dan umrah.”³⁸

Hal tersebut juga disampaikan *costumer service* Ibu Fatika Aulia S:

“lokasi operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani1 sangat strategis, BSI selalu berusaha untuk memudahkan nasabah dalam mengakses layanan BSI. BSI memiliki komitmen untuk mempromosikan produk tabungan haji dan umrah di berbagai tempat yang relevan, sehingga dapat membantu lebih banyak nasabah dalam mencapai tujuan keagamaan mereka.”³⁹

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“Lokasi BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dapat dengan mudah diakses menggunakan berbagai jenis kendaraan.”⁴⁰

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“lokasi di BSI sangat nyaman apalagi dalam hal menunggu antrian. BSI mewajibkan nasabahnya menggunakan BSI Mobile hal ini sangat memudahkan bagi saya, tidak usah

³⁸ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

³⁹ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

⁴⁰ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

datang langsung ke BSI hanya untuk setor tunai cukup menggunakan BSI Mobile.⁴¹

BSI sangat memperhatikan lokasi dan aksesibilitas cabangnya serta berupaya memenuhi kebutuhan nasabah dengan strategi pemasaran yang relevan. Mereka secara konsisten berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan tujuan membantu mereka mencapai tujuan keagamaan terkait dengan tabungan haji dan umrah, sehingga nasabah dapat merasakan kemudahan dalam bertransaksi dan merasa didukung dalam perjalanan keagamaan mereka. Dengan fokus pada lokasi yang strategis dan promosi yang tepat, BSI bertujuan untuk menjadi mitra yang andal bagi nasabah dalam mencapai tujuan keuangan dan keagamaan mereka.

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi yang efektif adalah promosi yang sejalan dengan standar kualitas produk atau layanan yang disediakan. Pemanfaatan promosi penting untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, sebab sekalipun produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan sangat baik, jika konsumen tidak menyadari atau memiliki pengetahuan tentangnya, mereka kemungkinan besar tidak akan melakukan pembelian.⁴² BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menerapkan sejumlah strategi promosi untuk memperkenalkan produk tabungan haji dan umrah. Lebih khusus lagi, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 telah mengimplementasikan langkah-langkah promosi sebagai berikut:

a) Periklanan

Pendapat manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah menjelaskan bahwa:

⁴¹ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

⁴²Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)",(Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 48.

“Dalam upaya pemasaran, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memanfaatkan beragam media cetak dan online. Media cetak digunakan untuk spanduk atau banner yang menyoroti produk tabungan haji dan umrah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Selain itu menciptakan brosur yang didistribusikan di setiap cabang, juga ditempatkan di lokasi-lokasi keagamaan seperti Kantor Urusan Agama (KUA), Lembaga Keuangan Baitul Maal Hidayatullah (KBIH), dan Kementerian Agama”.⁴³

Hal yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“promosi dilakukan melalui platform online dengan cara para staf BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 membagikan informasi mengenai tabungan haji yang ditawarkan oleh BSI melalui WhatsApp dan akun instagram pribadi BSI.”⁴⁴

Hal tersebut juga disampaikan *costumer serve* Ibu Fatika Aulia S:

“Memanfaatkan berbagai media elektronik seperti televisi, radio dan internet. BSI mengintegrasikan strategi pemasaran elektronik untuk secara efektif mempromosikan produk-produk dan layanannya. Melalui tayangan televisi dan radio serta adanya internet. BSI menyampaikan informasi secara komprehensif dan merinci tentang berbagai produk dan layanan yang

⁴³ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁴⁴ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

ditawarkan kepada nasabah yang lebih luas.”⁴⁵

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“Saya mendapatkan informasi mengenai produk tabungan haji yang disediakan oleh BSI ditampilkan dalam bentuk brosur yang terletak di meja CS BSI.”⁴⁶

b) Sosialisasi

Penjelasan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah bahwa:

“Strategi yang sukses dalam mengenalkan produk tabungan haji dan umrah di lembaga keuangan syariah melibatkan langkah-langkah promosi yang efektif. Upaya sosialisasi dapat dilakukan dengan mengedukasi masyarakat tentang manfaat serta kelebihan yang dimiliki oleh produk tabungan haji dan umrah BSI. Selain itu media sosial juga berperan penting sebagai alat promosi untuk memperluas jangkauan sosialnya.”⁴⁷

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menyebarkan informasi melalui sosialisasi kepada berbagai instansi seperti dinas-dinas, sekolah Islam, universitas, dan kantor-kantor. Pendekatan ini dipilih karena orang-orang

⁴⁵ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

⁴⁶ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

⁴⁷ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

yang bekerja di perkantoran menjadi audiens yang berpotensi dan cenderung lebih mampu memahami materi yang disampaikan, berkat latar belakang pendidikan yang kuat.”⁴⁸

Hal tersebut juga disampaikan *costumer servive* Ibu Fatika Aulia S:

“*Costumer service* juga akan selalu mempromosikan tabungan haji kepada nasabah dengan cara menjelaskan langsung ke nasabah yang datang dan akan dibantu mulai dari proses awal sampai akhir.”⁴⁹

c) *Personal selling* (penjualan pribadi)

Penjelasan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah bahwa:

“*Personal selling* yang dilakukan BSI, karyawan BSI jarang melakukan promosi secara langsung dengan cara datang ke rumah, jika ada nasabah yang mengetahui dan tertarik untuk menggunakan produk tabungan haji dan umrah yang ditawarkan BSI, mereka dapat mengunjungi kantor cabang langsung untuk membuka rekening atau bisa melalui pendaftaran online lewat Mobile Banking.”⁵⁰

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“Marketing di BSI tidak hanya fokus memasarkan tabungan haji dan umrah

⁴⁸ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁴⁹ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

⁵⁰ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

saja tetapi produk yang lain di BSI juga dipromosikan. Secara umum, nasabah yang sudah memperoleh pembiayaan menjadi target *cross selling* dari tim marketing. Saat mereka mengajukan produk pembiayaan, marketing akan mencantumkan produk tabungan haji dan umrah sebagai pilihan tambahan. Ini terjadi ketika nasabah dianggap cocok dan layak untuk diberikan penawaran tersebut. biasanya *cross selling* dilakukan oleh petugas *costumer service* dan *teller*.⁵¹

d) Public relation (hubungan masyarakat)

Pendapat manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah menjelaskan bahwa:

“Dalam konteks ini, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menjalin kolaborasi dengan kantor kementerian Agama. Apabila ada warga yang datang mencari informasi mengenai prosedur pendaftaran haji dan umrah. Kementerian agama akan memberikan petunjuk kepada mereka untuk melakukan pembukaan rekening tabungan haji di BSI.”⁵²

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“Selain dari kementrian Agama ada juga nasabah mendapatkan informasi dari kerabat maupun temannya untuk membuka tabungan haji dan umrah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 hal ini dari

⁵¹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁵² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

ulasan nasabah yang sudah memiliki tabungan haji BSI ataupun yang sudah berangkat berhaji maupun umrah.”⁵³

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa: “Saya mendapatkan penjelasan mengenai produk tabungan haji di BSI melalui informasi yang diperoleh dari tetangga yang telah melakukan ibadah haji.”⁵⁴

Strategi untuk memasarkan produk tabungan haji dan umrah BSI mencakup penggunaan periklanan di berbagai media cetak dan online, melakukan sosialisasi dengan tujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat serta bekerjasama dengan instansi terkait, menyediakan layanan penjualan pribadi bagi nasabah yang tertarik, dan menjalankan hubungan masyarakat dengan bekerja sama dengan Kementerian Agama serta menerima rekomendasi dari nasabah yang telah menggunakan produk BSI. Melalui gabungan pendekatan-pendekatan ini, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 berusaha mencapai beragam segmen pasar dan mengiklankan produk tabungan haji dan umrah mereka dengan berbagai cara yang efisien.

5) Orang (*people*)

Dalam banyak kasus, orang adalah elemen utama dalam strategi pemasaran layanan. Karena alasan ini, perusahaan harus meningkatkan kemampuan setiap stafnya melalui berbagai pendekatan, termasuk proses rekrutmen yang ketat, pelatihan berkelanjutan, dan evaluasi kinerja rutin, agar dapat menjamin keberhasilan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Pendapat

⁵³ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁵⁴ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah menjelaskan bahwa:

“BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 berkomitmen memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah dengan kesan cepat, ramah, dan sederhana. Pelayanan yang memberikan kepuasan bukan hanya meningkatkan kepuasan nasabah, menciptakan rasa hormat, dan apresiasi dalam masyarakat, yang akhirnya mendorong minat mereka untuk menjadi nasabah. Karyawan dituntut untuk tampil menarik, rapi, dan bersih, menciptakan kenyamanan ketika berinteraksi dengan nasabah.”⁵⁵

Pendapat yang sama diungkapkan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai *marketing Funding* di BSI:

“SDM berkualitas dibekali pendidikan dan pelatihan. Pegawai bank, khususnya di bidang pemasaran, mengikuti pelatihan yang komprehensif, melibatkan strategi pemasaran produk dan pemahaman menyeluruh tentang produk tersebut. ini melibatkan cara menciptakan daya tarik bagi masyarakat, serta memahami semua aspek produk yang ditawarkan oleh BSI. Pelatihan ini juga mencakup simulasi sistem guna, memastikan para karyawan siap dan efisien dalam memberikan layanan kepada nasabah.”⁵⁶

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“BSI memberikan pelayanan yang baik, pegawai BSI KC Kudus Ahmad Yani 1

⁵⁵ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁵⁶ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

terkenal kerana sikapnya yang ramah, baik, dan sopan dalam berkomunikasi.”⁵⁷

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“pelayanan diberikan oleh bank menciptakan kesan yang sangat kuat dan berkesan bagi para nasabah. Yang mencakup sikap ramah, keramahan, atau kualitas layanan yang luar biasa dari pihak bank.”⁵⁸

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1, para karyawan dianjurkan untuk beroperasi sejalan dengan konsep inti yang terwakili oleh AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif) yang berfungsi sebagai fondasi nilai-nilai dan pedoman utama dalam melaksanakan tugas. Tidak hanya diajarkan untuk mengamalkan prinsip inti tersebut, karyawan BSI mendapatkan pelatihan agar mereka dapat menyampaikan informasi produk dengan bahasa yang santun, bersahabat, dan mudah dimengerti oleh nasabah.

6) Proses (process)

Proses adalah konsekuensi dari seluruh tindakan yang melibatkan prosedur, jadwal, metode, aktivitas, dan tugas-tugas yang terlibat dalam penghasilan dan penyampaian layanan kepada konsumen. Tujuan utama dari upaya pemasaran adalah untuk mengenali dan memahami kebutuhan serta keinginan pasar. Karena alasan ini, layanan harus direncanakan sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi keperluan dan keinginan tersebut.⁵⁹ Pendapat Ibu Nurul

⁵⁷ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

⁵⁸ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

⁵⁹ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 50.

Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengatakan bahwa:

“Bauran proses dapat dijelaskan sebagai rangkaian atau metode dalam menjalankan transaksi, yang meliputi langkah-langkah, prosedur, dan kriteria yang diperlukan untuk membuka rekening tabungan haji BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.”⁶⁰

Pendapat *costumer service* dari Ibu Fatika Aulia S mengatakan bahwa:

“Proses pembukaan rekening tabungan haji melibatkan persyaratan lengkap. Nasabah diharuskan hadir secara pribadi di kantor tanpa perwakilan. Dalam pembukaan rekening, diperlukan salinan KTP dan NPWP. Bagi anak-anak perlu menyertakan salinan KK. Setoran awal minimal Rp. 100.000. Jika tanpa NPWP, disertakan surat keterangan bermaterai. Nasabah akan mendapatkan buku tabungan.”⁶¹

Pendapat dari manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“Proses bauran proses dalam membuka rekening tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mencakup beberapa tahapan yang melibatkan identifikasi, pendaftaran, verifikasi, dan pengaktifan rekening tabungan haji. Langkah-langkah ini dirancang untuk memastikan keamanan dan kepatuhan dengan aturan dan peraturan yang berlaku serta memberikan pengalaman yang lancar bagi

⁶⁰ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁶¹ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

nasabah. BSI memiliki tim yang terlatih dan siap membantu nasabah selama proses ini”.⁶²

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“*costumer service* dalam pelayanannya terhadap nasabah sudah optimal dan efisien. Saat saya mulai membuka rekening tabungan haji langsung CS membantu dengan semaksimal mungkin. Apabila saya tidak paham CS menjelaskan dengan jelas kepada saya.”⁶³

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“Persyaratan yang diperlukan untuk membuka rekening tabungan haji dan umrah mudah disiapkan, karena saya telah memiliki persyaratan yang diperlukan dan hanya perlu membawa saat proses pembukaan rekening tabungan haji.”⁶⁴

Proses pembukaan rekening tabungan haji melibatkan serangkaian kegiatan dan persyaratan seperti melampirkan fotokopi KTP, melampirkan fotokopi NPWP, mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening tabungan haji BSI dan melengkapi serta menandatangani akad tabungan haji BSI. Tujuan utama dalam pemasaran adalah memahami serta memenuhi kebutuhan pasar. Proses ini melibatkan metode transaksi dengan langkah-langkah dan prosedur khusus. Pelayanan *costumer service* memiliki peran penting dalam memberikan pengalaman yang memuaskan dan mempromosikan citra positif bank. Manajer operasional bank

⁶² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁶³ Suyatmi, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 5, transkrip.

⁶⁴ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

menyoroti pentingnya pelayanan yang baik dalam membangun citra positif bank.

7) Bukti Fisik (*physical evidence*)

Bukti fisik atau *Physical Evidence* merupakan unsur konkret yang memainkan peran dalam membeli dan memanfaatkan produk atau layanan khusus. Elemen fisik ini memiliki dampak yang signifikan terhadap citra suatu layanan pariwisata, karena konsumen akan menggunakan bukti fisik ini untuk mengenali dan membandingkannya dengan layanan yang ditawarkan oleh penyedia lain.⁶⁵ Hal ini didukung dengan penjelasan yang disampaikan manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“Ketika nasabah memilih bank, mereka akan mengamati tampilan fisiknya terlebih dahulu. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memiliki bangunan yang solid dan luas, area parkir yang cukup untuk kendaraan nasabah parkir, dan juga dilengkapinya fasilitas yang ada, BSI memiliki security dengan ini nasabah akan lebih aman. Selain itu elemen-elemen bukti seperti bukti setoran, buku tabungan, dan kartu ATM disediakan kepada nasabah. Teknik pemasaran melalui media fisik yang dapat dilihat atau dibaca oleh orang, seperti melalui platform media sosial instagram, juga digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran.”⁶⁶

Hal yang sama juga diutarakan oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI:

“Ruang tunggu yang nyaman menampilkan kursi empuk, pendingin udara, CCTV, serta tempat parkir untuk menjaga keamanan dan

⁶⁵ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 51.

⁶⁶ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

kenyamanan. Tambahkan fasilitas seperti Tv, wifi, perangkat komputer, printer, dan hiasan tanaman memberikan suasana yang menyenangkan. Kebersihan dan susunan ruangan terjaga baik didalam maupun diluar BSI. Adanya layanan keamanan dari security yang juga membantu nasabah, meningkatkan kenyamanan bagi staf dan nasabah. Secara keseluruhan ini memperkuat perasaan aman dan nyaman di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.”⁶⁷

Nasabah BSI Ibu Firanda Ajeng L menyampaikan bahwa:

“Melihat tata letak ruangan di BSI sangat nyaman, tampilan ruangnya bersih, wangi dan nyaman, serta dilengkapi AC dan sofa, serta memiliki lahan parkir yang cukup.”⁶⁸

Nasabah BSI Ibu Suyatmi mengatakan bahwa:

“Menunggu antrian sangat lama membuat jenuh, dengan fasilitas ruangan yang diberikan BSI tidak merasakan terlalu jenuh mengantri di bank.”

Bukti fisik, yang disebut *Physical Evidence*, sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau layanan, termasuk di sektor perbankan. Ini termasuk aspek tampilan fisik bank seperti bangunan, fasilitas parkir, dan keamanan yang menjadi prioritas bagi nasabah. Tak hanya itu, elemen-elemen fisik seperti bukti setoran, buku tabungan, dan kartu ATM juga memiliki peran penting dalam membangun keyakinan bagi nasabah. Media fisik seperti keberadaan bank di media sosial digunakan untuk promosi. Penciptaan ruang tunggu nyaman

⁶⁷ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁶⁸ Firanda Ajeng L, Wawancara oleh penulis, 15 Agustus 2023, wawancara 4, transkrip.

dengan fasilitas modern dan kehadiran petugas keamanan juga penting untuk menciptakan persepsi positif dan kenyamanan bagi nasabah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.

2. Faktor pendukung dan penghambat yang dialami BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam melakukan pemasaran syariah produk tabungan Haji dan Umrah untuk meningkatkan jumlah nasabah

a. Faktor Pendukung

Peluang yang positif tetap ada bagi perbankan syariah di Indonesia, dan peluang ini harus dimanfaatkan secara optimal untuk memperkuat struktur perbankan yang kuat dalam mendukung upaya pemulihan dan pemberdayaan ekonomi nasional. Pendapat Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengenai faktor pendukung dalam melakukan pemasaran syariah tabungan haji dan umrah diantaranya:⁶⁹

“Masyarakat Indonesia mayoritas muslim, Setiap individu muslim memiliki keinginan untuk menjalankan ibadah haji, Proses pembukaan tabungan haji dan umrah tidak rumit, Setoran awal ringan”.

Pendapat dari manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah faktor-faktor yang mendukung produk tabungan haji sebagai berikut⁷⁰:

“BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menjalin kolaborasi dengan Kemenag Kudus untuk mempromosikan produk tabungan haji. Ini memungkinkan nasabah atau masyarakat yang mencari informasi tentang ibadah haji atau umrah, akan diarahkan oleh Kemenag Kudus untuk

⁶⁹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁷⁰ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

memanfaatkan layanan bank guna menyimpan dana persiapan ibadah tersebut. Keunggulan produk tabungan haji dan umrah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menjadi faktor utama dalam strategi pemasaran. Kemampuan nasabah dengan mudah dan fleksibel mencicil pembayaran dana sesuai dengan kemampuan mereka untuk keperluan ibadah haji atau umrah. Ini memberikan bantuan kepada mereka yang memiliki keinginan untuk beribadah tetapi terbatas dalam aspek finansial. Inilah sebabnya mengapa keinginan dan kapabilitas nasabah dalam pembayaran berkala menjadi peluang yang baik bagi bank untuk mempromosikan produk tabungan haji dan umrah”.

Peluang positif yang luas masih terbuka bagi perbankan syariah di Indonesia, terutama dalam mendukung pemulihan dan pemberdayaan ekonomi nasional. Beberapa faktor pendukung dalam pemasaran produk tabungan haji dan umrah syariah mencakup mayoritasnya penduduk Indonesia yang beragama Islam dan memiliki keinginan untuk menjalankan ibadah haji, serta kemudahan proses pembukaan tabungan dan setoran awal yang terjangkau. Selain itu, kerjasama dengan Kemenag Kudus dalam mempromosikan produk tersebut memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi dan layanan perbankan terkait ibadah haji dan umrah. Keunggulan produk tabungan haji dan umrah BSI KC Kudus Ahmad Yani 1, yang memungkinkan nasabah mencicil pembayaran sesuai dengan kemampuan keuangan mereka, menjadi strategi pemasaran utama. Ini memberikan peluang bagi bank untuk mendukung mereka yang ingin beribadah tetapi memiliki keterbatasan finansial. Dengan demikian, perbankan syariah memiliki peluang positif untuk memperkuat struktur perbankan dalam mendukung ekonomi nasional.

b. Faktor Penghambat

Tidak selalu segala sesuatu berjalan seperti yang telah direncanakan, termasuk pelaksanaan strategi pemasaran yang telah direncanakan. Dalam upaya pemasaran, kadang-kadang kita menghadapi rintangan yang dapat menghambat proses pemasaran yang sedang berlanjut. Sehingga muncul faktor-faktor penghambat yang dihadapi BSI. Pendapat dari oleh Ibu Nurul Hidayah sebagai marketing Funding di BSI mengatakan bahwa:

“Hambatan dalam melaksanakan rukun Islam ke lima melibatkan berbagai faktor. Salah satunya faktor umum adalah permasalahan finansial. Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang hidup dalam situasi ekonomi yang sulit, mengumpulkan dana untuk biaya perjalanan haji yang mencapai puluhan juta rupiah menjadi satu hal yang sulit. Terlebih lagi biaya perjalanan haji semakin meningkat dari tahun ke tahun, sehingga memberikan beban tambahan bagi umat Islam yang ingin melaksanakan ibadah tersebut. hal ini menjadi lebih penting karena menjalankan ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang harus dijalankan dalam agama Islam. Selain itu kendala muncul ketika nasabah lanjut usia dan dan memiliki keterbatasan membaca dan menulis harus meminta bantuan customer service dalam mengisi formulir tabungan haji, yang pada akhirnya melambatkan proses pelayanan. Dan lamanya daftar tunggu (*waiting list*) haji.”⁷¹

Pendapat dari manajer operasional BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 Bapak Eko M Mieftah:

“Faktor penghambat yang dialami BSI dalam melakukan strategi pemasaran syariah produk tabungan haji mengatakan bahwa faktor utama yang menghambat adalah keterbatasan

⁷¹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

profesionalisme SDM. Meskipun jumlah karyawan cukup banyak, mereka memiliki keterbatasan dalam pemahaman dan kemampuan pemasaran produk tabungan haji. Banyak lembaga keuangan dan nonkeuangan menawarkan produk tabungan haji karena pandangan yang serupa mengenai kebutuhan masyarakat muslim Indonesia. ini menciptakan persaingan ketat untuk menarik minat nasabah, baik dari bank maupun lembaga non-keuangan. Oleh karena itu, BSI merencanakan strategi pemasaran yang unggul untuk bersaing efektif dengan pesaing. Ketidacukupan pengetahuan nasabah dan masyarakat telah menjadi kendala yang berlangsung lama. Perubahan dalam inovasi sektor perbankan yang terus berlangsung memerlukan kesesuaian pengetahuan masyarakat. Tanpa adaptasi dan inisiatif mencari informasi sendiri, mereka akan tertinggal.⁷²

C. Analisis Data Penelitian

1. Penerapan strategi pemasaran syariah dalam produk tabungan Haji dan Umrah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 untuk meningkatkan jumlah nasabah

Temuan dari wawancara dengan sejumlah pihak yang terlibat dalam rencana pemasaran produk tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menunjukkan dengan sangat jelas bahwa pendekatan yang diambil melibatkan sejumlah komponen yang terdapat dalam strategi STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran (marketing mix) 7P. Dengan menyatukan elemen-elemen ini secara menyeluruh, BSI merancang serta menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif guna mencapai tujuan pemasaran yang lebih besar. Analisa penelitian berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan informan BSI terkait sebagai berikut:

a. *Segmentasi*

⁷² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

Melalui penggunaan strategi segmentasi pasar, pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cermat, yang mana memungkinkan penggunaan sumber daya perusahaan yang lebih efisien dan produk untuk memenuhi kepuasan konsumen. Dalam konteks pemasaran Islam, dasar hukumnya dapat ditemukan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa' ayat 29, dimana Allah melarang hambanya untuk mengambil harta sesama dengan cara tidak sah, kecuali melalui perniagaan yang berlangsung dengan persetujuan kedua belah pihak.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu".⁷³

Dalam melaksanakan strategi segmentasi pasar untuk produk tabungan haji, perusahaan harus mengambil pertimbangan terhadap profil serta keperluan calon nasabah yang berpotensi, selain itu juga perusahaan harus memerhatikan elemen-elemen lain seperti penentuan harga, upaya promosi, dan saluran distribusi sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pangsa pasar.⁷⁴

⁷³ Merdeka.com, "An-Nisa' ayat 29," diakses 1 September 2023, <https://www.merdeka.com/quran/an-nisa/ayat-29>.

⁷⁴ Muhammad Zain Alifudin and M. Yunus Zamroni, "Strategi Segmentasi Pasar Untuk Peningkatan Jumlah Nasabah Di Bmt Sidogiri Capem Sempu", *Jurna Ekonomi Syariah Darussalam*, 2.I (2021), 138.

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menggunakan segmentasi pasar dengan menggunakan tiga faktor utama yakni aspek geografis, usia, dan jenis pekerjaan nasabah. Segmentasi aspek geografis, melihat lokasi cabang BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat strategis. Aspek geografis tidak hanya memandang tempat kantor cabang saja, BSI harus melakukan analisis wilayah potensial seperti mengamati daerah dengan jumlah penduduk muslim paling banyak, tingkat pendapatan, dan minat terhadap perjalanan haji. Hal ini terdapat potensi besar untuk produk tabungan haji. Kemudian melakukan riset pasar yang mendalam di masing-masing wilayah target. Menyesuaikan produk tabungan haji dengan kebutuhan dan preferensi nasabah di masing-masing wilayah. Melakukan pemasaran lokal yang tepat sasaran. Jalin kemitraan dengan lembaga syariah dan komunitas Islam. edukasi tentang keuangan syariah dengan mengadakan acara edukasi. Hal ini mempermudah pemasaran produk tabungan haji.⁷⁵

Segmentasi aspek rentang usia pada produk tabungan haji dan umrah memiliki batasan usia tertentu. BSI menawarkan dua jenis produk tabungan haji, yaitu tabungan haji muda Indonesia dan tabungan haji Indonesia. BSI menerapkan ketentuan usia untuk produk tabungan haji, tabungan haji muda Indonesia minimal berusia 12 tahun lebih 1 hari, dan tabungan haji Indonesia minimal 17 tahun. Nasabah muda yang usianya dibawah 12 tahun diperuntukkan untuk tabungan biasa dan belum memenuhi persyaratan untuk membuka tabungan haji muda Indonesia. Selain aturan usia pada tabungan haji BSI melakukan edukasi dan kesadaran kepada masing-masing kelompok usia manfaat tabungan haji dan memanfaatkan teknologi untuk memudahkan mereka dalam mengakses dan mengelola tabungan haji.⁷⁶

⁷⁵ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁷⁶ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

Segmentasi aspek pekerjaan, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memanfaatkan pendekatan inklusif dalam segmentasi pasar dengan tidak membatasi jenis pekerjaan tertentu. Pendekatan ini mencakup beragam bidang pekerjaan. Pendekatan ini mencerminkan keberagaman dan inklusivitas BSI dalam menjangkau berbagai segmen pasar.

Strategi segmentasi pasar yang diterapkan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 terbukti sangat berhasil dalam mengedarkan produk tabungan haji dan umrah. Pendekatan segmentasi yang digunakan berdasarkan aspek geografis, aspek usia, dan aspek pekerjaan memungkinkan BSI untuk lebih tepat dalam mengidentifikasi dan menjangkau pasar potensial, serta merancang strategi pemasaran yang sesuai. Ketika aspek yang digunakan lebih menarik nasabah membuka tabungan haji yakni dari aspek pekerjaan. Kerjasama BSI dengan instansi menarik nasabah untuk membuat rekening tabungan haji.

b. *Targeting*

Dalam merencanakan strategi penargetan pasar syariah untuk produk tabungan haji, perusahaan harus mempertimbangkan profil dan kebutuhan calon nasabah yang berpotensi, selain itu perusahaan juga perlu memperhatikan aspek-aspek lain seperti penentuan harga, promosi dan distribusi guna meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pangsa pasar. Dengan mengimplementasikan strategi target pasar yang sesuai, perusahaan dapat meningkatkan jumlah nasabah dan memperkuat posisinya di pasar. Perlu diketahui *targeting* adalah proses dalam memilih dan mengevaluasi segmen pasar yang akan dijadikan sasaran oleh perusahaan. Dalam menentukan segmen mana yang akan dikejar perusahaan bisa memusatkan perhatiannya pada satu atau beberapa segmen, produk, pasar, atau bahkan seluruh pasar. Harus diperhatikan bahwa dalam menetapkan pasar sasaran perusahaan juga memiliki tanggung jawab sosial karena keputusan ini tidak hanya

berdampak pada kepentingan perusahaan, melainkan juga kepentingan mereka yang menjadi target pasar.⁷⁷

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menggunakan beberapa aspek penting dalam menargetkan pasar sasaran untuk memasarkan produk tabungan hajinya. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 telah menetapkan target pasar yang terdefinisi dengan jelas, yaitu individu muslim, yang memiliki identitas. Mereka tidak memandang status sosial. Ini menunjukkan bahwa produk tabungan haji BSI ditujukan kepada semua kalangan yang memenuhi syarat agama. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memanfaatkan *Islamic Ekosistem* untuk memudahkan mengenalkan produk tabungan haji ke masyarakat.⁷⁸ BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menjalin kerjasama dengan berbagai entitas seperti lembaga halal, sekolah Islam, pondok pesantren, fashion halal, universitas Islam, dan rumah sakit Islam. langkah ini membantu membangun kepercayaan dan kredibilitas produk tabungan haji diantara masyarakat muslim. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 bekerjasama dengan biro perjalanan untuk menawarkan paket perjalanan haji.⁷⁹ Ini merupakan tindakan cerdas yang dapat memberikan nilai tambah kepada calon nasabah yang berencana melakukan perjalanan haji maupun umrah. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menekankan pentingnya pelayanan yang berkualitas kepada nasabah pelayanan yang baik dapat memberikan faktor yang menarik bagi nasabah yang ingin membuka rekening tabungan haji. Hal ini mencerminkan kesadaran BSI akan pentingnya memperlakukan nasabah dengan baik.

Target pemasaran yang digunakan BSI memfokuskan untuk kalangan muslim adalah langkah yang tepat, karena tabungan haji sangat berkaitan dengan nilai-nilai keagamaan. Ini menunjukkan bahwa

⁷⁷ Abdul Mujib, "*Manajemen Pemasaran Syariah*", (Surabaya: UM Surabaya Publising, 2018). 16

⁷⁸ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁷⁹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip,

BSI telah berhasil mengaitkan produk mereka dengan aspek agama yang signifikan bagi masyarakat. Selain melihat agama kerjasama dengan berbagai entitas dengan memanfaatkan *Islamic Ekosistem* juga sangat membantu dalam hal promosi dan edukasi. Promosi dan edukasi yang sesuai dengan target pasar BSI dapat meningkatkan pemahaman akan pentingnya menabung untuk haji atau umrah. Hal ini menunjukkan bahwa upaya promosi dan edukasi BSI telah menghasilkan dampak positif.

Secara keseluruhan BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 telah mengambil langkah-langkah strategis yang berhasil dalam memasarkan produk tabungan haji mereka. Mereka fokus pada target pasar yang sesuai, menjalin kerjasama dengan berbagai entitas Islam, memberikan pelayanan pelanggan yang baik, dan mengimplementasikan promosi yang baik

c. *Positioning*

Positioning adalah upaya untuk mengamankan posisi khusus dalam persepsi konsumen. Strategi ini melibatkan upaya untuk membangun keyakinan, nilai, dan kemampuan bagi pelanggan. *Positioning* ini menentukan cara produk atau perusahaan dikenali oleh konsumen, yang sesuai dengan keahlian perusahaan untuk memperoleh kepercayaan, kredibilitas, dan pengakuan dari konsumen. Menjadi penting untuk membuat posisi yang stabil dalam konteks perubahan mendasar, dan posisi tersebut harus dijaga secara konsisten tanpa mengalami fluktuasi. Untuk perusahaan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, menjadi penting untuk membangun posisi kuat yang kuat dan positif, serta mempertahankan citra syariah terhadap prinsip syariah dengan menawarkan nilai-nilai yang sesuai.⁸⁰

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memposisikan sebagai bank syariah yang berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan

⁸⁰ Purnama Putra and Wiwik Hasbiyah, "*Pemasaran Syariah*", (Depok: *Rajawali Pers*, 2018). 134

sebagai lembaga keuangan yang dapat dipercaya, yang berfokus untuk memenuhi kebutuhan keuangan serta memberikan solusi yang sesuai dengan prinsip syariah bagi masyarakat. BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 secara jelas memahami citra dan posisinya di pasar. BSI menggambarkan sebagai bank yang mengumpulkan dana dari masyarakat dan mengalokasikannya kembali, terutama dalam konteks ibadah haji dan umrah.⁸¹ Hal ini menciptakan kesan bahwa BSI adalah pilihan terbaik untuk memenuhi kebutuhan keuangan terkait haji dan umrah. Citra positif sangat penting bagi BSI karena membantu menciptakan pandangan yang baik tentang bank di mata masyarakat. Ini dapat mempermudah promosi dan pengenalan produk tabungan haji dan umrah BSI kepada calon nasabah.

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menekankan keunggulan produk mereka dalam hal keamanan, keuntungan, dan manfaat finansial jangka panjang.⁸² Ini penting karena nasabah mencari produk yang dapat memberikan manfaat finansial dan keamanan. Selain itu BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 berusaha menyediakan layanan yang lengkap dan menempatkan keamanan sebagai salah satu prioritas utama. Nasabah akan mencari lembaga keuangan yang dapat memberikan pelayanan yang komprehensif dan aman. Kepercayaan masyarakat terhadap BSI menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik produk tabungan haji dan umrah.

Penentuan strategi posisi untuk produk tabungan haji merupakan kunci untuk menggaet sejumlah nasabah yang lebih besar, melalui pengaturan posisi produk tabungan haji dan umrah di pasar dengan tujuan memikat perhatian calon nasabah. Beberapa strategi yang perlu dipertimbangkan melibatkan komunikasi yang jelas dan edukasi bagi calon nasabah, penekanan

⁸¹ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁸² Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip,

pada keunggulan produk, kerjasama dengan otoritas haji, pemasaran yang efektif, pelayanan pelanggan yang baik, penawaran promosi, penyampaian nilai sosial, pengembangan produk tambahan, dan analisis pasar yang berkelanjutan. Dengan strategi positioning yang telah diterapkan dan pemahaman yang kuat tentang citra perusahaan, BSI memiliki dasar yang solid untuk terus mempromosikan produk tabungan haji dan umrah BSI kepada calon nasabah. Kepercayaan, keamanan, dan manfaat finansial adalah elemen-elemen penting yang dapat terus ditekankan guna menarik lebih banyak nasabah dan memperkuat posisi di pasar.

d. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1) Produk (*product*)

Proses pemasaran dimulai dengan produk, yang dapat berupa barang atau layanan yang direncanakan dan diperkenalkan oleh bank kepada nasabah sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk perbankan mencakup berbagai produk simpanan atau tabungan, kredit atau pembiayaan, dan berbagai layanan perbankan lainnya. Kualitas produk dapat dinilai melalui berbagai faktor, termasuk tingkat inovasi, keunggulan yang diberikan, citra merek yang kuat, tingkat pelayanan yang disediakan, serta aspek-aspek lain yang relevan.⁸³

Di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1, tabungan haji dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yakni BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia. BSI Tabungan Haji Indonesia merupakan jenis produk tabungan haji yang diperuntukkan bagi nasabah yang telah memasuki usia dewasa, yaitu yang berusia 17 tahun atau lebih. Sebaliknya, BSI Tabungan Haji Muda Indonesia adalah jenis tabungan haji yang

⁸³ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 44.

diperuntukkan khusus untuk anak-anak, dengan batasan usia minimal 12 tahun lebih 1 hari.⁸⁴

Produk tabungan Haji dan Umrah BSI menunjukkan bahwa produk tersebut dianggap sebagai solusi keuangan yang signifikan untuk memenuhi keperluan nasabah yang berkeinginan menjalankan ibadah Haji atau Umrah. Produk ini berdasarkan pada aturan syariah dengan memanfaatkan metode akad *Mudharabah Mutlaqah* dan *Wadiah Yad Dhamanah*.⁸⁵ BSI fokus pada pelayanan pelanggan dengan pemantauan tabungan melalui aplikasi BSI Mobile, dan strategi produk yang menarik, tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memiliki berbagai keunggulan, diantaranya sistem autodebet melalui program ABATANA yang otomatis mengalihkan dana dari tabungan biasa ke tabungan haji tanpa perlu penyetoran langsung. Selain itu, nasabah akan diberikan fasilitas kartu ATM dan akses E-Channel setelah mendaftar, serta memiliki kemampuan untuk melakukan setoran awal dan pelunasan melalui BSI Mobile tanpa harus mengunjungi kantor cabang.⁸⁶ Nasabah juga dapat memantau saldo serta menerima notifikasi saat saldo mencapai jumlah yang cukup untuk porsi haji melalui BSI Mobile, dan tabungan ini terhubung dengan sistem SISKOHAT Kementerian Agama. Produk ini memiliki potensi untuk menarik lebih banyak nasabah.

Pemasaran produk tabungan haji oleh BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat baik dan menarik dari segi produk. Hal ini sesuai dengan konsep bahwa konsumen cenderung menyukai produk yang memiliki kualitas yang paling unggul,

⁸⁴ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁸⁵ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

⁸⁶ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip,

penampilan yang baik, dan ciri-ciri yang sesuai. BSI telah mengembangkan produk tabungan Haji dan Umrah yang diakui sebagai opsi keuangan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah. Perusahaan juga menunjukkan keseriusan terhadap pelayanan nasabah yang baik dan memfasilitasi akses melalui aplikasi Mobile Banking. Meskipun ada tantangan terkait adopsi teknologi oleh nasabah yang lebih tua, produk ini memiliki potensi untuk menarik lebih banyak nasabah karena menggabungkan unsur syariah, kemudahan akses, dan fokus pada kepuasan pelanggan.

2) Harga (*price*)

Harga adalah jumlah nilai yang dinyatakan dalam bentuk mata uang yang memiliki dampak penting pada berbagai aspek, termasuk tingkat permintaan di pasar, daya saing produk, pendapatan perusahaan, dan cara konsumen menilai kualitas produk. Dalam beberapa kasus, produk yang memiliki harga yang lebih mahal bisa dianggap konsumen memiliki kualitas yang lebih tinggi. Ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan dalam bisnis dan pandangan konsumen, dan bukan hanya sekedar aspek finansial semata.⁸⁷

Penetapan harga merupakan elemen krusial dalam proses pemasaran, dan dalam konteks perbankan syariah seperti BSI, harga memiliki dampak besar terhadap daya tarik produk dan layanan. Kesalahan dalam menetapkan harga dapat berdampak serius pada hasil akhir produk yang dipasarkan. produk tabungan haji di BSI menawarkan opsi yang ekonomis, dengan biaya pembukaan yang rendah, yaitu Rp. 100.000, dan setoran berikutnya yang terjangkau, hanya Rp. 10.000, membantu masyarakat ekonomi menengah ke bawah untuk meraih impian ibadah haji dan

⁸⁷ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 45

umrah mereka.⁸⁸ Selain itu, pentingnya harga dengan mencatat bahwa tabungan haji di BSI tidak memiliki biaya administrasi bulanan dan menyediakan fitur layanan *standing instruction* tanpa biaya tambahan, memudahkan nasabah menabung secara teratur tanpa khawatir potongan tiba-tiba.⁸⁹ Manfaat harga yang terjangkau, bebas biaya administrasi bulanan, dan layanan *standing instruction* yang membantu nasabah menabung secara teratur. Nasabah BSI terbantu dengan harga yang ditetapkan BSI untuk mengumpulkan dana perjalanan ibadah haji dan umrah, dan merasa harga tersebut terjangkau, baik dalam proses pembukaan akun, cicilan, maupun pelunasan jumlah tabungan.⁹⁰ Dengan harga yang ekonomis, bebas biaya administrasi bulanan, dan fitur layanan yang mendukung, produk tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 menarik bagi masyarakat dan telah mendapat tanggapan positif dari nasabah.

Harga yang terjangkau, absennya biaya administrasi bulanan, dan adanya layanan yang mendukung adalah faktor-faktor kunci yang menjadikan produk tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat menarik bagi masyarakat. Kehadiran elemen-elemen ini memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah memulai menabung untuk perjalanan ibadah haji dan umrah mereka sejak awal, tanpa mengalami tekanan finansial yang berlebihan. Selain itu, tanggapan positif dari nasabah mengindikasikan bahwa harga yang telah ditetapkan dianggap terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga produk

⁸⁸ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁸⁹ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁹⁰ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

ini semakin menarik dan memberikan nilai tambah bagi calon nasabah.

3) Tempat (*place*)

Tempat adalah sebuah faktor kunci yang dapat memengaruhi seleksi bank dan kepuasan pelanggan. Maka, dalam pengelolaan aspek pemasaran, fokus harus ditempatkan pada strategi penempatan, lokasi, dan kesediaan fasilitas yang ditawarkan oleh bank, sehingga nasabah dapat mengakses produk dan layanan perbankan dengan mudah. Adanya kantor cabang yang dapat dijangkau dengan mudah, lokasi kantor yang strategis, ketersediaan akses dengan transportasi umum, serta jaringan mesin ATM yang tersebar luas menjadi strategi yang vital bagi bank dalam upaya bersaing.⁹¹

Bank memiliki kemampuan untuk merencanakan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip pasar syariah dengan tujuan meningkatkan jumlah nasabah dan memperluas cakupan pasar. Fokus utama dari strategi ini adalah lokasi strategis kantor cabang mereka. Kantor-kantor cabang BSI terletak di kawasan perkotaan yang menjadi pusat aktivitas, menjadikannya dekat dengan komunitas dan mudah diakses oleh lalu lintas. Contohnya, Kantor Cabang BSI KC Kudus A Yani 1 terletak di jalan utama yang mudah dikenali dan dapat dijangkau dengan berbagai jenis transportasi.⁹²

BSI secara aktif memasarkan produk tabungan haji dan umrah di lokasi-lokasi keagamaan seperti KUA, majelis taklim, pesantren, institusi pendidikan, dan sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan minat nasabah dalam melakukan pembukaan rekening tabungan haji dan umrah di BSI KC Kudus Ahmad

⁹¹ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 47.

⁹² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

Yani 1. Para karyawan BSI, menegaskan komitmen BSI dalam memudahkan nasabah mengakses layanan perbankan.⁹³

BSI juga merespons kebutuhan nasabah dengan menyediakan layanan seperti BSI Mobile, yang memungkinkan nasabah melakukan setoran tabungan haji dengan mudah, bahkan jika mereka memiliki jadwal yang padat.⁹⁴ Dengan demikian, BSI menunjukkan perhatian yang kuat terhadap lokasi dan aksesibilitas cabangnya, dengan fokus pada strategi pemasaran yang relevan. Tujuan utamanya adalah memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah untuk membantu mereka mencapai tujuan keuangan dan keagamaan terkait dengan tabungan haji dan umrah. Dengan lokasi yang strategis dan promosi yang tepat, BSI bertujuan menjadi mitra yang andal bagi nasabah dalam mencapai tujuan keuangan dan keagamaan mereka.

BSI menunjukkan perhatian yang kuat terhadap lokasi dan aksesibilitas cabangnya, dengan berfokus pada strategi pemasaran yang relevan. BSI berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan tujuan membantu mereka mencapai tujuan keuangan dan keagamaan terkait dengan tabungan haji dan umrah. Dengan lokasi yang strategis dan promosi yang tepat, BSI bertujuan menjadi mitra yang andal bagi nasabah dalam mencapai tujuan keuangan dan keagamaan mereka.

4) Promosi (*promotion*)

Bank harus melakukan promosi produk mereka secara luas kepada konsumen. Salah satu sasaran dari promosi bank adalah untuk menyebarkan informasi tentang berbagai jenis produk yang mereka tawarkan dan untuk menarik

⁹³ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁹⁴ Fatika Aulia Said, Wawancara oleh penulis 17 Juli 2023, wawancara 6, transkrip.

perhatian nasabah yang potensial. Selanjutnya, promosi juga memiliki peran dalam mengingatkan nasabah tentang produk tersebut; promosi juga memiliki pengaruh pada keputusan nasabah untuk melakukan pembelian; akhirnya, promosi juga dapat meningkatkan persepsi positif terhadap bank di mata nasabahnya.⁹⁵ BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 telah menerapkan beberapa strategi promosi guna memperkenalkan produk tabungan haji dan umrah. Secara lebih rinci, cabang tersebut telah menjalankan serangkaian tindakan promosi sebagai berikut:

a) Periklanan

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memanfaatkan beragam jenis media dalam usaha pemasaran produk tabungan haji dan umrah mereka. Media cetak seperti spanduk, bendera, dan brosur ditempatkan di berbagai lokasi, termasuk cabang bank dan tempat-tempat keagamaan, menunjukkan fokus mereka terhadap audiens lokal dan keagamaan. Di samping itu, mereka juga menggunakan media online dengan staf bank membagikan informasi lewat WhatsApp dan akun Instagram pribadi BSI, sehingga dapat mencapai audiens yang lebih luas secara digital. Media elektronik seperti televisi, radio, dan internet juga diperlihatkan sebagai contoh oleh *customer service*, menunjukkan tekad bank untuk menyampaikan informasi yang lengkap kepada audiens yang lebih besar. Selain itu, nasabah mendapatkan informasi melalui brosur yang ditempatkan di meja *customer service*, menunjukkan usaha aktif bank dalam memberikan informasi langsung kepada nasabah. Terlebih lagi, bank tampaknya telah menggabungkan berbagai saluran pemasaran,

⁹⁵ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 48.

menciptakan pendekatan yang efisien dalam mempromosikan produk dan layanan mereka.

Keseluruhan, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 telah mengadopsi strategi pemasaran yang beragam dan komprehensif untuk produk tabungan haji dan umrah mereka. Dengan kombinasi media cetak, online, dan elektronik, mereka berusaha untuk mencapai berbagai kelompok audiens dan memberikan informasi yang lengkap tentang produk mereka.

b) Sosialisasi

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 melakukan sosialisasi dengan mengunjungi berbagai lembaga seperti dinas-dinas, sekolah, dan kantor-kantor. Pendekatan ini dipilih karena mereka yang bekerja di lingkungan perkantoran dianggap sebagai target sasaran yang cenderung lebih mudah memahami informasi yang disampaikan karena memiliki dasar pendidikan yang kuat. Dengan demikian, mereka berharap dapat mencapai audiens yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dan lebih mudah memahami produk atau informasi yang mereka sampaikan melalui upaya sosialisasi ini.

c) *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mengadopsi dua strategi utama dalam pemasaran produk tabungan haji dan umrah mereka. Pertama, mereka menerapkan pendekatan personal selling yang melibatkan interaksi langsung antara nasabah dan karyawan bank. Karyawan bank jarang melakukan promosi dengan mengunjungi rumah nasabah, namun nasabah yang tertarik dapat datang langsung ke kantor cabang atau menggunakan pendaftaran online melalui Mobile Banking. Pendekatan ini memungkinkan penjelasan mendalam tentang produk dan bantuan langsung kepada nasabah.

Kedua, bank fokus pada *cross-selling*, di mana selain produk tabungan haji dan umrah, produk lain dari bank juga dipromosikan. Nasabah pembiayaan menjadi target *cross-selling*, dengan produk tabungan haji dan umrah ditawarkan sebagai pilihan tambahan saat nasabah mengajukan produk pembiayaan. Penawaran ini muncul ketika nasabah dianggap sesuai dengan kriteria tertentu. Petugas *customer service* dan teller bertanggung jawab dalam pelaksanaan *cross-selling* ini. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah bagi nasabah dengan memperkenalkan produk tambahan yang relevan. Dengan dua strategi ini, bank berupaya memaksimalkan interaksi personal dan meningkatkan penjualan produk secara keseluruhan.

d) *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)

Kerjasama dengan Kementerian Agama menjadi elemen penting dalam memperkenalkan produk tabungan perjalanan haji dan umrah di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Kementerian Agama mengarahkan warga yang mencari informasi tentang prosedur pendaftaran haji dan umrah untuk membuka tabungan haji di bank ini, menunjukkan hubungan erat dengan instansi terkait. Selain itu, rekomendasi dari kerabat dan teman juga berperan penting dalam menginformasikan calon nasabah tentang produk tersebut. Informasi dari individu terdekat yang telah menggunakan produk tabungan haji dan umrah di BSI seringkali memengaruhi keputusan nasabah potensial. Pengaruh dari tetangga yang sudah berhaji juga terbukti menjadi faktor penting dalam pengenalan produk ini. Keseluruhan data mencerminkan bahwa bank mengandalkan kolaborasi dengan lembaga terkait dan jaringan personal dalam upaya

mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mengiklankan produk tabungan perjalanan haji dan umrah.

Strategi promosi adalah faktor terpenting yang berkontribusi pada peningkatan minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah besar narasumber yang menyatakan bahwa pengetahuan tentang produk tabungan haji berasal dari upaya promosi yang dilakukan oleh bank, baik melalui promosi internal maupun eksternal.

5) Orang (*people*)

Orang dalam bauran pemasaran, atau yang sering disebut sebagai unsur "*People*," adalah tenaga kerja atau karyawan yang bekerja di dalam sebuah perusahaan. Di sektor perbankan, karyawan bank merupakan nilai yang sangat penting karena mereka memberikan pelayanan langsung kepada nasabah. Bagi warga Indonesia, kemampuan, sikap, keramahan, dan aspek perilaku lainnya dari pegawai ketika melayani pelanggan sangat penting dalam menciptakan tingkat kepuasan nasabah. Faktor-faktor utama dalam pelayanan seperti kecakapan, kompetensi, dan kemampuan dalam memberikan layanan harus menjadi fokus utama perhatian.⁹⁶

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dengan tegas menunjukkan dedikasinya dalam memberikan layanan yang optimal kepada nasabah, yang mencakup aspek kecepatan, keramahan, dan kesederhanaan dalam pelayanan. Mereka juga menyoroti pentingnya pendidikan dan pelatihan bagi karyawan, khususnya di sektor pemasaran, untuk memastikan pemahaman yang mendalam

⁹⁶ Fauzan, "*Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)*", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 50.

tentang produk dan keterampilan dalam strategi pemasaran.⁹⁷ Bank ini berfokus pada menciptakan citra positif dan daya tarik yang kuat bagi masyarakat, memberikan perhatian khusus pada interaksi dengan nasabah dan presentasi produk.⁹⁸ Pujian dari nasabah terhadap sikap ramah, keramahan, dan ketulusan pegawai BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan mereka. Pengalaman nasabah yang tak terlupakan, mencakup aspek sikap yang ramah, keramahan, dan tingkat layanan yang luar biasa, dianggap sangat berharga dan berperan dalam memotivasi calon nasabah untuk menjadi bagian dari bank ini. Kesimpulannya, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sangat berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik, dengan fokus pada pelatihan karyawan, citra positif, dan pengalaman nasabah yang mengesankan, semua hal ini berkontribusi pada kepuasan nasabah dan mendapat apresiasi di masyarakat.

6) Proses (*process*)

Proses ini melibatkan rangkaian tahapan, peraturan, dan urutan kegiatan yang digunakan untuk menyediakan layanan. Ini termasuk dalam hal memberikan informasi mengenai jadwal pengiriman produk atau jasa, tarif, petunjuk tentang cara menggunakan produk utama dan tambahan, memberikan pemberitahuan tentang layanan, menginformasikan perubahan, menciptakan dokumen, melakukan konfirmasi, menerima reservasi, menguraikan detail tagihan, mengeluarkan tanda terima, serta mengeluarkan tiket.⁹⁹

⁹⁷ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

⁹⁸ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

⁹⁹ Fauzan, *Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)*. "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", 52

Proses pemasaran ini dapat dijelaskan sebagai urutan langkah atau tata cara yang harus diikuti saat melakukan transaksi, khususnya dalam membuka rekening tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1¹⁰⁰. Berikut adalah langkah-langkah untuk membuka rekening tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1:

- a) Calon nasabah datang ke BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.
- b) Persiapkan dan bawa dokumen persyaratan seperti KTP dan NPWP (jika berlaku).
- c) Ambil nomor antrian yang diberikan oleh petugas keamanan.
- d) Sampaikan kepada petugas keamanan bahwa ingin membuka rekening tabungan haji.
- e) Petugas keamanan akan memandu nasabah menuju *Customer Services*, yang akan memberikan informasi mengenai tabungan haji dan umrah.
- f) Setelah memilih jenis tabungan yang sesuai, nasabah akan diarahkan oleh *Customer Services* untuk mengisi formulir pembukaan rekening dan menyediakan dokumen persyaratan yang diperlukan.
- g) Selama proses pembukaan rekening tabungan haji, nasabah perlu melakukan setoran awal sejumlah Rp100.000.
- h) Setelah proses pembukaan rekening selesai, nasabah akan diberikan sejumlah fasilitas, salah satunya buku tabungan.
- i) Setelah proses pembukaan rekening tabungan haji selesai, nasabah bisa terus melakukan setoran hingga jumlah minimum mencapai jumlah minimal Rp 25.100.000 yang akan memungkinkan nasabah mendapatkan nomor porsi perjalanan haji. Setelah jumlah tersebut tercapai, BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 akan

¹⁰⁰ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

mengurus pendaftaran nasabah ke Siskohat yang dikelola oleh Kemenag. Setelah bank mendaftarkan nasabah, nasabah juga perlu mengunjungi kantor Kemenag wilayah setempat untuk melengkapi proses pendaftaran kembali dan menyampaikan persyaratan tambahan yang diperlukan.

Process dalam konteks ini merujuk pada cara perusahaan menyediakan layanan, termasuk langkah-langkah dan metodenya. Ini mencakup berbagai aspek seperti waktu tunggu, pelayanan selama menunggu, dan sebagainya, yang memberikan pengalaman kepada konsumen saat mereka mengakses layanan. Dalam konteks menerapkan strategi pemasaran produk tabungan haji, dapat disimpulkan bahwa proses tersebut telah berjalan dengan baik. Ini terlihat dari kemudahan dalam memenuhi syarat-syarat yang diperlukan oleh nasabah untuk membuka rekening tabungan haji, yang menghasilkan proses yang cepat dan efisien. Nasabah merasakan kepuasan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh *Customer Service*, serta dengan kenyamanan dan cepatnya proses pembukaan rekening tabungan haji di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1.

7) Bukti Fisik (*physical evidence*)

Karakteristik non-material atau tak berwujud dalam layanan mengakibatkan calon pelanggan tidak dapat mengevaluasi layanan tersebut sebelum mereka menggunakannya. Hal ini mengakibatkan peningkatan pemahaman mengenai risiko yang dialami oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran adalah usaha untuk mengurangi tingkat risiko ini dengan cara menyediakan bukti fisik yang menggambarkan sifat-sifat dari layanan yang diberikan. Bukti fisik ini dapat berbentuk beragam hal, seperti tampilan yang rapi dari staf, fasilitas pelayanan yang

berkualitas, kenyamanan ruang tunggu, desain interior dan eksterior yang menarik, rancangan dan tata letak bangunan, serta berbagai fasilitas pendukung lainnya.¹⁰¹

BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 mengutamakan aspek fisik dalam pelayanannya, mengedepankan signifikansi tampilan fisik bank bagi nasabah. Bank ini menunjukkan komitmennya terhadap aspek fisik dengan memiliki struktur bangunan yang kokoh, luas, fasilitas parkir yang memadai, dan menekankan kepentingan keamanan melalui layanan keamanan.¹⁰² Mereka juga menggunakan media fisik, termasuk platform media sosial seperti Instagram, untuk keperluan pemasaran. Fokus mereka adalah menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman dengan menyediakan fasilitas seperti kursi empuk, pendingin udara, CCTV, TV, wifi, perangkat komputer, printer, serta tanaman hias. Bank ini juga sangat memperhatikan kebersihan dan tata letak ruangan.¹⁰³ Keseluruhannya, BSI menegaskan peran sentral bukti fisik dalam meningkatkan tingkat kenyamanan, kepuasan, dan ketertarikan nasabah dalam memilih BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 sebagai bank mereka. Penggunaan *physical evidence* yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dapat membantu membangun kepercayaan dan citra positif bagi konsumen yang mencari solusi finansial sesuai dengan nilai-nilai syariah.

¹⁰¹ Fauzan, "Manajemen Pemasaran Syariah (Sebuah Pengantar)", (Yogyakarta: CV. Bildung Nusantara, 2019). 51

¹⁰² Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

¹⁰³ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

2. Faktor pendukung dan penghambat yang dialami BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 dalam melakukan pemasaran syariah produk tabungan Haji dan Umrah untuk meningkatkan jumlah nasabah

a. Faktor Pendukung

Pandangan positif terhadap prospek perbankan syariah di Indonesia, terutama dalam mengedarkan produk tabungan haji dan umrah. Terdapat sejumlah aspek kunci yang dapat ditarik.

Faktor Pendukung:

- 1) Mayoritas Penduduk Beragama Islam: Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim, menciptakan peluang besar bagi perbankan syariah, terutama terkait dengan produk tabungan haji dan umrah. Hal ini menciptakan permintaan alami untuk produk tabungan haji dan umrah.
- 2) Keinginan Untuk Menunaikan Ibadah Haji: Keinginan umum setiap muslim untuk menjalankan ibadah haji adalah faktor utama yang mendukung permintaan untuk produk tabungan haji. Ini menciptakan kebutuhan jangka panjang yang bisa diatasi melalui tabungan khusus ini.
- 3) Proses Pembukaan yang Sederhana: Kemudahan dalam proses pembukaan rekening tabungan haji dan umrah sangat penting. Ini memudahkan masyarakat untuk memulai investasi dalam ibadah mereka tanpa hambatan administratif yang berlebihan.
- 4) Setoran Awal yang Terjangkau: Setoran awal yang terjangkau memungkinkan lebih banyak orang untuk memulai tabungan haji dan umrah, bahkan jika mereka memiliki keterbatasan finansial. Ini membuat produk ini lebih inklusif.¹⁰⁴
- 5) Kolaborasi dengan Kemenag: Kolaborasi antara bank syariah dan Kementerian Agama (Kemenag) adalah cara yang sangat berhasil untuk memasarkan produk tabungan perjalanan haji dan umrah. Ini membantu dalam mengarahkan calon nasabah yang mencari

¹⁰⁴ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

informasi tentang ibadah haji atau umrah ke layanan bank.

- 6) Kemampuan Mencicil Pembayaran: Kemampuan nasabah untuk mencicil pembayaran keperluan ibadah haji dan umrah sesuai dengan kemampuan finansial yang dimiliki nasabah. Nasabah yang kurang cukup dalam hal finansialnya untuk mendaftar haji maupun umrah. Dengan tabungan yang sudah ada di BSI yakni tabungan haji Indonesia dan tabungan haji muda Indonesia ini akan membantu nasabah dalam hal mengumpulkan uang dengan jangka waktu yang lama.¹⁰⁵

Dalam pandangan ini, ada peluang yang positif bagi perbankan syariah di Indonesia, terutama dalam hal produk tabungan haji dan umrah. Faktor-faktor pendukung seperti mayoritas penduduk beragama Islam, keinginan untuk menunaikan ibadah haji, proses yang mudah, setoran awal yang terjangkau, dan kerjasama dengan instansi terkait telah membuka pintu bagi bank syariah untuk memperluas pangsa pasar mereka. Ini juga merupakan kontribusi yang signifikan dalam mendukung pemulihan ekonomi nasional dan memberdayakan masyarakat melalui layanan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Faktor Penghambat

Beberapa faktor penghambat yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam melaksanakan strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah:

- 1) Permasalahan Finansial: Salah satu faktor utama yang menghambat adalah keterbatasan finansial masyarakat Indonesia. Biaya perjalanan haji yang tinggi membuatnya sulit bagi banyak orang untuk mengumpulkan dana yang diperlukan. Untuk menyelesaikan permasalahan ini BSI melakukan pendekatan yang komprehensif yang mencakup edukasi keuangan, inovasi produk, dan kemitraan

¹⁰⁵ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.

dengan berbagai pihak dapat membantu menyelesaikan permasalahan finansial yang dihadapi oleh masyarakat dalam mencapai tujuan ibadah haji dan umrah mereka.

- 2) Nasabah Lanjut Usia: Nasabah yang lanjut usia dan memiliki keterbatasan membaca dan menulis memerlukan bantuan dari *customer service* dalam mengisi formulir tabungan haji. Hal ini dapat melambatkan proses pelayanan. Dengan pendekatan yang memperhatikan semua orang, pelayanan yang bersahabat terhadap kebutuhan yang spesifik, dan tekad untuk mendampingi nasabah lanjut usia dalam mencapai tujuan mereka dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah, BSI dapat memperkuat keyakinan dan kebahagiaan nasabah serta memberikan dukungan kepada masyarakat secara lebih luas dalam mencapai aspirasi mereka.
- 3) Lamanya Daftar Tunggu (*Waiting List*) Haji: Lamanya daftar tunggu haji juga menjadi faktor penghambat. Semakin lama daftar tunggu, semakin lama nasabah harus menabung sebelum dapat melaksanakan ibadah haji. BSI perlu memberikan informasi yang transparan mengenai lamanya daftar tunggu haji, memberikan estimasi waktu tunggu yang akurat, serta menghadirkan produk tabungan alternatif seperti perjalanan umrah. Upaya untuk meningkatkan kuota haji, memanfaatkan teknologi, melaksanakan penyuluhan keuangan, serta menjalin kerjasama dengan lembaga terkait harus dilakukan. Memberikan insentif kepada nasabah dan melaksanakan kampanye pemasaran yang informatif akan membantu mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan jumlah nasabah, sehingga lebih banyak masyarakat dapat mewujudkan impian mereka untuk menjalankan ibadah haji.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Nurul Hidayah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 3, transkrip.

- 4) Keterbatasan Profesionalisme SDM: Salah satu faktor utama yang menghambat BSI adalah keterbatasan profesionalisme SDM (Sumber Daya Manusia). Meskipun jumlah karyawan cukup banyak, mereka mungkin memiliki keterbatasan dalam pemahaman dan kemampuan pemasaran produk tabungan haji. Dengan ini BSI harus melaksanakan program pelatihan dan pengembangan yang intensif, memastikan rekrutmen yang tepat, dan memberikan mentoring. Peningkatan komunikasi internal, evaluasi kinerja berkala, dan penerapan teknologi modern juga perlu diterapkan. Selain itu, memantau persaingan dalam strategi pemasaran pesaing akan membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih baik. Semua langkah ini akan meningkatkan profesionalisme tim pemasaran produk tabungan haji dan kemampuan mereka dalam mencapai target pasar serta memenuhi kebutuhan nasabah dengan lebih baik.
- 5) Persaingan Ketat: Persaingan ketat di pasar produk tabungan haji juga merupakan faktor penghambat. Banyak lembaga keuangan dan non-keuangan menawarkan produk serupa, sehingga BSI harus merencanakan strategi pemasaran yang unggul untuk bersaing efektif. BSI dapat meningkatkan daya saing dalam pemasaran produk tabungan haji dengan mengambil langkah-langkah seperti segmentasi pasar yang tepat, diferensiasi produk, penyuluhan dan edukasi, kerjasama dengan pihak terkait, pemasaran berbasis teknologi, pengukuran kinerja dan penyesuaian strategi, inovasi produk, pelayanan pelanggan yang unggul, serta analisis pasar dan persaingan secara berkala. Dengan langkah-langkah ini, BSI dapat tetap bersaing efektif dalam pasar produk tabungan haji yang kompetitif.
- 6) Ketidacukupan Pengetahuan Masyarakat: Ketidacukupan pengetahuan nasabah dan masyarakat mengenai produk tabungan haji juga

menjadi kendala. Perubahan dalam inovasi sektor perbankan memerlukan adaptasi dan inisiatif mencari informasi sendiri oleh masyarakat. Tanpa hal ini, mereka akan tertinggal. Untuk mengatasi masalah ketidakcukupan pengetahuan masyarakat dalam pemasaran syariah tabungan haji BSI, BSI dapat melakukan program penyuluhan dan edukasi, memanfaatkan media sosial dan konten digital, bekerjasama dengan lembaga pendidikan, melibatkan agen penjualan, menjalin kemitraan dengan pemerintah dan lembaga keagamaan, menyertakan informasi edukatif dalam materi promosi, memberikan insentif kepada peserta program edukasi, dan memanfaatkan fitur edukatif dalam aplikasi mobile. Dengan ini, BSI dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan haji syariah dan mendorong partisipasi yang lebih besar dalam tabungan tersebut.¹⁰⁷

Ada beberapa faktor penghambat yang dihadapi BSI dalam melaksanakan strategi pemasaran produk tabungan haji dan umrah. Beberapa di antaranya melibatkan kendala finansial masyarakat, nasabah lanjut usia, lamanya daftar tunggu haji, keterbatasan profesionalisme SDM, persaingan ketat, dan ketidakcukupan pengetahuan masyarakat. Untuk mengatasi penghambat-penghambat ini, BSI perlu merancang strategi yang lebih efektif dan berinovasi dalam pendekatan pemasaran mereka.

¹⁰⁷ Eko M Mieftah, Wawancara oleh penulis, 17 Juli 2023, wawancara 2, transkrip.