

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

#### 1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia memiliki masyarakat yang mayoritas beragama Islam terbesar di dunia. Meningkatnya kesadaran dan dukungan masyarakat yang kuat, menjadikan faktor utama untuk mengembangkan perindustrian halal di Indonesia. Salah satunya industri keuangan syariah yang terdepan, adalah Bank Syariah. Perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan dan perkembangan cukup pesat. Bank syariah memiliki peran yang penting sebagai fasilitator untuk industri halal dan aktivitas perekonomian. Pengembangan jaringan, dan inovasi produk berkembang baik dari waktu ke waktu. Bahkan, antusiasme tersebut terlihat dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi.

Hal tersebut juga dilakukan bank syariah dibawah naungan BUMN, yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Pada tanggal 1 Februari 2021 tiga Bank syariah tersebut bermerger dalam satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia. Komposisi saham Bank Syariah Indonesia terdiri dari Bank Mandiri 50%, Bank Rakyat Indonesia 17,25%, Bank Negara Indonesia 24,85%.<sup>1</sup>

Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan jaringan dan layanan yang lebih baik, luas dan lengkap, dan dapat memiliki modal yang lebih unggul. Diharapkan dengan dilakukannya penggabungan ketiga bank syariah tersebut dapat memberikan energi yang baru dalam perbankan, melahirkan bank syariah kebanggaan umat yang bersifat universal, modern, serta dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi dan mensejahterakan masyarakat Indonesia. Dengan didukung kementerian BUMN dengan ketiga bank induk yaitu BRI, Mandiri, dan BNI, agar Bank Syariah Indonesia dapat bersaing dalam tingkatan global.

Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 merupakan kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang ada di Jepara. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 ber

---

<sup>1</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia, diakses pada tanggal 15 Mei, 2023. [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html).

marger dari Bank Syariah Mandiri (BSM) yang berlokasi di pusat kota Jepara tepatnya di Jl. Pemuda No.12, Panggang III, Panggang, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara, Provinsi Jawa Tengah yang aksesnya mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor maupun mobil dan strategis di wilayah lingkungan kantor-kantor keuangan dan pemerintahan di Jepara.<sup>2</sup>

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1

### a. Visi

Visi Bank Syariah Indonesia adalah menjadi Top 10 bank syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

### b. Misi

Misi Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:

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

## 3. Nilai Dasar Bank Syariah Indonesia

Selain visi dan misi diatas, dalam kegiatan usahanya Bank Syariah Indonesia menerapkan budaya perusahaan yang selalu dipegang teguh oleh setiap karyawannya dengan mengacu kepada sikap atau nilai dasar yang dikenal dengan “Core Values Akhlak” yaitu:

- 1) Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang

---

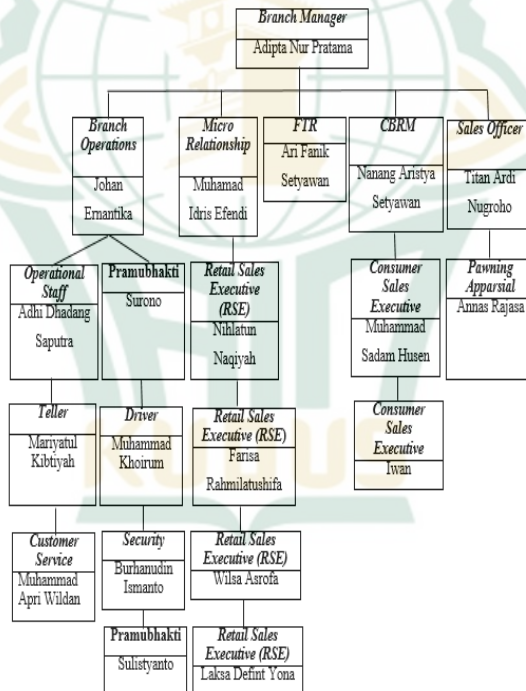
<sup>2</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

<sup>3</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia, diakses pada tanggal 15 Mei, 2023. [https://ir.bankbsi.co.id/vision\\_mission.html](https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html).

- diberikan
- 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 : Selalu antusias dan berinovasi dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
  - 6) Kolaboratif : Membangun kerja sama yang sinergis.<sup>4</sup>

#### 4. Skema Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1

Berikut skema struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.<sup>5</sup>



<sup>4</sup> Web Resmi Bank Syariah Indonesia, diakses pada tanggal 15 Mei. [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_values.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_values.html).

<sup>5</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

## 5. Produk Tabungan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1

Berikut beragam produk tabungan Bank Syariah Indonesia yang tersedia di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1:<sup>6</sup>

### 1) Tabungan *Easy Mudharabah*

Tabungan *easy mudharabah* merupakan tabungan dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil dari pengelolaan yang telah disepakati bersama diawal akad. Setoran dan penarikannya bisa dilakukan setiap saat pada jam operasional di kantor bank maupun ATM setiap waktu.. Setoran awal tabungan ini adalah Rp. 100.000 bagi perorangan atau individu sedangkan Rp. 1.000.000 bagi non perorangan.

### 2) Tabungan *Easy Wadiah*

Tabungan *easy wadiah* dalam pelaksanaannya menggunakan akad *wadiah* atau hanya titipan tidak ada bagi hasilnya. Tabungan dengan prinsip *wadiah* ini setoran dan penarikannya bisa melalui kantor bank pada jam kerja atau setiap saat melalui ATM dengan Setoran awal pembukaan tabungan ini adalah Rp. 100.000 bagi perorangan atau individu sedangkan Rp. 1.000.000 bagi non perorangan.

### 3) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan dengan akad *wadiah yad dhamanah* yang bertujuan untuk menumbuhkan kesejahteraan masyarakat yang khusus untuk perorangan. Setoran awal tabungan ini minimum Rp. 20.000 untuk pembukaan rekening tabunganku dengan persyaratan yang ringan dan mudah.

### 4) Tabungan Pendidikan

Tabungan pendidikan merupakan tabungan perorangan dengan sistem *autodebet* yang bertujuan untuk merencanakan pendidikan. Dalam pelaksanaannya tabungan ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil yang telah disepakati dan mendapatkan perlindungan asuransi.

---

<sup>6</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

Setoran awal tabungan pendidikan maksimum Rp. 10.000.000 dan minimum Rp. 100.000 gratis biaya administrasi.

5) Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun merupakan tabungan perorangan yang diperuntukkan untuk nasabah yang telah terdaftar pada lembaga pengelola dana pensiun yang bekerjasama dengan bank. Dalam pelaksanaannya tabungan pensiun menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* atau *mudharabah muthlaqah* dengan setoran awal tabungannya ini minimum Rp. 50.000 dan administrasi Rp. 6.000.

6) Tabungan Rencana

Tabungan rencana adalah tabungan perorangan dengan sistem autodebet yang bertujuan untuk merencanakan keuangannya masa depan. Dalam pelaksanaannya tabungan rencana menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan bagi hasil, gratis biaya administrasi bulanan, dan gratis biaya asuransi. Setoran bulanan pada tabungan ini adalah Rp. 100.000 (kelipatan Rp. 50.000) dengan target minimal Rp. 1.200.000 dan maksimal Rp. 1,5 miliar.

7) Tabungan Bisnis

Tabungan bisnis merupakan tabungan yang bertujuan untuk memudahkan transaksi nasabah wiraswasta dengan berbagai fitur seperti fitur free biaya setoran kliring, RTGS, dan transfer SKN, dengan melalui teller dan *net banking*. Dalam pelaksanaannya tabungan bisnis menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Setoran awal tabungan bisnis Rp. 1.000.000 dengan minimal saldo bulanan Rp. 10.000.000 dan saldo harian Rp. 10.000.

8) Tabungan Valas

Produk tabungan valas adalah tabungan dengan menggunakan mata uang dollar yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan pada saat jam operasional bank. Dalam pelaksanaannya, menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* atau *wadiah yad dhamanah*. Tabungan valas memiliki beberapa keunggulan yaitu dana (USD) tersedia setiap saat dan aman, dan tersedia di semua cabang Bank Syariah Indonesia serta gratis biaya administrasi bulanan. Sedangkan ketentuan dan

syarat pembukaan rekening tabungan valas yaitu KTP dan NPWP.

- 9) Tabungan Tapenas Kolektif  
Tabungan tapenas kolektif adalah tabungan perencanaan jangka panjang atau pendek dengan sistem autodebet dan bagi hasil yang diperuntukkan untuk tenaga kontrak berdasarkan suatu perjanjian kerjasama. Setoran awal tabungan ini Rp. 50.000 dan setoran bulanan Rp. 25.000 – Rp. 25.000.000.
- 10) Tabungan Efek Syariah  
Tabungan efek syariah merupakan rekening dana nasabah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk transaksi efek di pasar modal. Dalam pelaksanaannya tabungan ini menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan bagi hasil yang kompetitif.
- 11) Tabungan Prima  
Tabungan prima merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk segmen nasabah *high networth individuals*. Dalam pelaksanaannya tabungan prima menggunakan akad mudharabah muthlaqah dan wadiah yad dhamanah dengan mendapatkan asuransi jiwa sampai dengan Rp. 500.000.000.
- 12) Tabungan Smart  
Tabungan smart merupakan tabungan yang bertujuan untuk menumbuhkan budaya menabung serta mensejahterakan masyarakat dan telah diakui oleh otoritas jasa keuangan (OJK) atas nilai literasi finansialnya. Dalam pelaksanaannya tabungan ini menggunakan akad wadiah yad dhamanah.
- 13) Tabungan Simpanan Pelajar  
Tabungan simpanan pelajar adalah tabungan yang diperuntukkan untuk siswa, yang bertujuan untuk mengedukasi dan menginklusi keuangan dalam mendorong budaya menabung sejak dini. Dalam pelaksanaannya menggunakan akad *wadiah yad dhamanah*.
- 14) Tabungan Autosave dan Qurban  
Tabungan autosave dan qurban merupakan tabungan berencana menabung dana qurban dengan sistem autodabate secara otomatis melalui via BSI Mobile. Selain itu juga dilengkapi dengan fitur

pembelian hewan qurban melalui penyelenggaraan qurban yang merupakan rekanan bank.

15) Tabungan Haji Indonesia

Tabungan haji dan umroh adalah tabungan untuk perencanaan biaya ibadah haji dan umroh. Dalam pelaksanaannya menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah atau Wadiah Yad Dhamanah. Dalam membuka rekening tabungan haji terdapat ketentuan syaratnya yaitu perorangan usia 17 tahun keatas atau telah menikah, Kartu Tanda Penduduk, NPWP jika mempunyai, serta mengisi formulir pembukaan rekening dan menandatangani secara benar dan lengkap. Tabungan haji dan umroh di Bank Syariah Indonesia terdapat beberapa keunggulan antara lain:

- a) Pembukaan rekening dapat dilakukan secara online.
- b) Di lengkapi dengan kartu ATM, BSI Mobile dan *net banking* dengan menggunakan provider Visa saat pemberangkatan.
- c) Bebas biaya administrasi, serta mendapatkan notifikasi melalui email, WA ataupun SMS.
- d) Terhubung dengan sistem secara online dengan siskohat kementerian agama sehingga lebih mudah untuk mendapatkan porsi haji.

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Data Tentang Strategi Pemasaran yang Diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah

#### a. *Segmenting*

*Segmenting* atau Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi sebuah pasar menjadi beberapa kelompok-kelompok pasar yang berbeda dengan karakteristik, kebutuhan dan perilaku yang berbeda. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti serta penjelasan dari bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* mengetahui secara detail mengenai sistematika segmentasi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Segmentasi pasar produk tabungan haji yang lakukan Bank Syariah KCP Jepara Pemuda 1 yaitu tidak membedakan jenis kelamin, umur, tingkat sosial, pendidikan dan lainnya. Segmen yang dipilih yaitu Semua

masyarakat Jepara khususnya yang beragama Islam karena ibadah haji merupakan kewajiban umat Islam. Oleh karena itu segmen yang dipilih yaitu . Semua masyarakat Jepara yang beragama Islam dapat memiliki dan menggunakan produk tabungan haji ini.<sup>7</sup>

b. *Targeting*

*Targeting* atau target merupakan proses yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan memilih dan menilai satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Targeting* dapat mempermudah perusahaan untuk mencapai segmen pasar yang sudah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti serta penjelasan dari bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 menerapkan *targeting* pada produk tabungan haji untuk seluruh masyarakat Jepara mulai usia dibawah 17 tahun maupun diatas 17 tahun yang berencana untuk menunaikan ibadah haji dari kalangan bawah, menengah hingga kalangan atas.<sup>8</sup>

c. *Positioning*

*Positioning* adalah upaya perusahaan dalam menempatkan posisi produknya untuk konsumen guna memenangkan persaingan agar dapat mempengaruhi konsumen dalam menilai produk atau jasa pada suatu perusahaan. Berdasarkan dari observasi yang dilakukan peneliti serta penjelasan dari bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, bahwa dalam hal ini kegiatan *positioning* Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 menempatkan dirinya sebagai lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dana nasabah untuk biaya haji dan kepengurusan keberangkatan ibadah haji melalui produk yang kita miliki dengan keunggulannya yaitu tidak adanya bunga, terdapat bagi hasil, dan mempunyai akad sesuai syariah, serta bebas biaya administrasi bulanan. Agar tercapainya *positioning* tersebut maka Bank Syariah

---

<sup>7</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>8</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).



Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 melakukan upaya dengan melayani secara baik dan maksimal kepada nasabah.<sup>9</sup>

d. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Selain menggunakan strategi STP (*segmenting, Targeting, Positioning*), Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 juga menggunakan strategi pemasaran yaitu dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran 7P yang meliputi strategi *product* (produk), strategi *price* (harga), strategi *promotion* (promosi), strategi *place* (tempat), strategi *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan strategi *process* (proses) sebagai berikut.<sup>10</sup>

1) *Product* (Produk)

Produk tabungan haji adalah produk tabungan yang disediakan untuk nasabah yang berkeinginan beribadah haji dan sudah matang secara finansial. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>11</sup>

Produk tabungan haji masuknya produk tabungan mabrur yang meliputi tabungan haji Indonesia dan tabungan umroh. Untuk tabungan haji terdiri dari dua jenis yaitu tabungan haji Indonesia dan tabungan haji muda Indonesia. BSI tabungan haji Indonesia diperuntuhkan untuk masyarakat dewasa dengan usia 17 tahun ke atas atau telah memiliki KTP, sedangkan BSI tabungan haji muda Indonesia diperuntuhkan untuk anak-anak yang belum cukup umur atau dibawah 17 tahun. Untuk anak-anak yang usianya sudah 12 tahun sudah bisa untuk mendapatkan porsi haji di Kemenag. *Waiting list* yang semakin panjang dan lama yang mencapai 20 tahun lebih merupakan faktor utama kami Bank Syariah Indonesia menciptakan produk tabungan haji muda Indonesia yang ditujukan untuk anak-anak dan para anak muda, sehingga dapat mendaftar dan menabung haji sejak dini.

---

<sup>9</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>10</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>11</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

Selain itu, menurut Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing* mengatakan bahwa:<sup>12</sup>

Produk tabungan haji banyak memiliki keunggulan yang memudahkan nasabah sesuai dengan perkembangan zaman teknologi sekarang yang serba digital, masyarakat tidak harus datang secara langsung tetapi dapat dilakukan secara online dengan mudah untuk membuka rekening tabungan haji. Selain itu nasabah tabungan haji ini juga difasilitasi dengan BSI Mobile sehingga nasabah dapat mengecek dengan mudah saldo atau jumlah tabungannya untuk biaya haji, bayar setoran awal dapat melalui BSI *Net* dan BSI *Mobile*.

Selain itu, bapak Adib Susilo dan ibu Masluroh selaku nasabah tabungan haji, beliau mengatakan bahwa:<sup>13</sup>”saya dan istri saya telah membuka rekening produk tabungan haji sudah 5 tahun lalu atau sekitaran 2018, sebelum nya rekening produk tabungan haji saya yaitu di Bank Negara Indonesia Syariah, dan sekarang berubah menjadi Bank Syariah Indonesia dengan produk tabungan haji Indonesia yang semakin maju dan mengikuti perkembangan zaman yang serba digital”.

Hal senada juga disampaikan bapak Ali selaku nasabah tabungan haji, beliau mengatakan bahwa:<sup>14</sup> “ sebelumnya produk tabungan haji saya di Bank Negara Indonesia syariah sejak tahun 2016, dan sekarang Produk tabungan haji saya di Bank Syariah Indonesia setelah bermerger. Dengan margernya Bank Syariah Indonesia, fasilitas yang diberikan tambah baik, seperti saldo yang ada dapat di cek dimanapun dengan menggunakan BSI Mobile tanpa datang langsung ke bank, selain itu juga dapat autodebet”.

Sedangkan untuk Akad yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 pada produk tabungan haji adalah akad *mudharabah*

---

<sup>12</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>13</sup> Adib Susilo and Masluroh, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

<sup>14</sup> Ali, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

*muthlaqah* dan akad wadiah. Tetapi tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dominan menggunakan akad mudharabah muthlaqah. Menurut bapak Adipta Nur Pratama, *Branch Manager* mengatakan bahwa:<sup>15</sup> “Daftar tunggu atau *waiting list* yang semakin panjang dan lama yang mencapai 20 tahun lebih merupakan faktor utama tabungan haji menggunakan akad *mudhrabah muthlaqah*, sehingga dengan waktu yang lama tersebut, sehingga tabungan tidak hanya titipan saja tetapi terdapat bagi hasil dengan presentase bagi hasil antara Bank dengan nasabah yang telah ditentukan sebesar 96% : 4%”.

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 adalah memberikan produk yang berkualitas, mengikuti perkembangan zaman, mampu memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat, dan sesuai syariat Islam.

## 2) *Price* (Harga)

*Price* atau harga adalah jumlah biaya yang harus dibayar konsumen agar dapat memiliki atau mendapatkan produk yang diinginkan. Dalam menetapkan harga harus ditetapkan dengan matang tidak boleh menjatuhkan atau merugikan pesaing. Dalam menetapkan harga harus sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan untuk menyesuaikan persepsi konsumen terhadap produk yang dibeli. Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* mengatakan bahwa:<sup>16</sup> “Mengenai *price* (harga) dalam menawarkan produk tabungan haji, untuk membuka rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 pada setoran awal yaitu sebesar Rp. 100.000, dan untuk setoran selanjutnya nasabah dapat menabung sesuai dengan keinginan dan kemampuannya”.

---

<sup>15</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>16</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing* juga mengatakan bahwa:<sup>17</sup>

Untuk setoran awal tabungan haji sebesar Rp. 100.000, sedangkan saldo dengan jumlah Rp. 25.100.000 akan langsung mendapatkan porsi haji dan terdaftar di SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama, selain juga gratis biaya administrasi serta bebas biaya autodebet terjadwal. Pada tahun 2023 ini biaya ibadah haji naik drastis yaitu Rp. 49.500.000, sehingga nasabah yang akan berangkat ibadah haji harus tambah biaya setengahnya sebesar 24.500.000. Maka dari itu, dengan menunggu daftar tunggu nasabah dapat menabung agar tidak keberatan dalam melunasi biaya ibadah haji.

Bapak Adib dan ibu Masluroh selaku nasabah tabungan haji, beliau mengatakan bahwa:<sup>18</sup> “dulu awal saya dan istri saya membuka rekening tabungan haji dengan setor awal sebesar Rp. 100.000, dan selanjutnya menabung sesuai dengan keinginan. Tetapi pada waktu itu saya dan istri saya langsung setor sebesar Rp. 25.100.000 sehingga langsung diproses dan mendapatkan nomor porsi haji”.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Ali selaku nasabah tabungan haji, beliau mengatakan bahwa:<sup>19</sup> “untuk membuka rekening tabungan haji dulu saya setor awal yaitu sebesar Rp. 25.100.000 langsung. dan selanjutnya langsung mendapatkan porsi haji dan terdaftar di SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) oleh Kemenag, selain itu juga tidak ada biaya administrasi pada saat pembukaan rekening”.

Dari hasil wawancara diatas bahwa strategi pemasaran harga produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 untuk setoran awal sangat terjangkau untuk semua kalangan masyarakat, yaitu sebesar Rp. 100.000, dan untuk tabungan

---

<sup>17</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>18</sup> Adib Susilo and Masluroh, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

<sup>19</sup> Ali, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

selanjutnya sesuai dengan keinginan nasabah. Selain dengan setoran awal yang terjangkau, juga gratis biaya administrasi bulanan, sehingga semua masyarakat yang berkeinginan menabung haji dapat membuka dan memiliki rekening tabungan haji.

### 3) *Place* (Tempat)

*Place* atau tempat adalah faktor yang sangat penting dalam melakukan bisnis, dengan lokasi yang strategis akan lebih besar keuntungan yang diperoleh. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 secara matang dan terkonsep dalam menentukan lokasi kantornya. Dalam menentukan lokasi hal yang paling utama harus diperhatikan yaitu lokasi dapat dengan mudah dijangkau dan lingkungan yang ramai aktivitas sehingga akan lebih dikenal keberadaannya oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Ari Fanik Setyawan, dan Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>20</sup>

Lokasi Bank Syariah Indonesia Jepara Pemuda 1 merupakan bekas kantor cabang Bank Syariah Mandiri sebelum bermerger. Alamatnya di Jl. Pemuda No.12, Panggang III, Panggang, Kecamatan Jepara, Kabupaten Jepara lokasi ini sangat strategis dekat dengan pusat kota, keramaian masyarakat, dan kantor-kantor atau tempat umum lain seperti, sekolah, kantor pemerintahan, kantor kemenag, kantor Polres Jepara, rumah sakit, pasar, terminal, toko-toko dan lainnya serta berada disamping jalan raya dapat mudah dijangkau oleh nasabah dengan menggunakan berbagai transportasi.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Adib, beliau mengatakan bahwa:<sup>21</sup> “lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 saat ini sangat strategis yaitu dipusat kota atau keramaian, dikawasan dekat kantor-kantor lembaga pemerintahan dan lainnya. Sehingga sangat mudah dijangkau oleh nasabah dengan

---

<sup>20</sup> Titan Ardhi Nugroho and Ari Fanik Setyawan, *Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1*, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>21</sup> Adib Susilo, *Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1*, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

menggunakan kendaraan motor atau mobil maupun transportasi umum”

Berdasarkan wawancara diatas menunjukkan bahwa lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sangat strategis dan mudah diakses oleh masyarakat. Selain itu lokasinya di tengah-tengah kota menjadikan nilai tambah bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Hal inilah yang memudahkan nasabah atau masyarakat dalam bertransaksi atau datang ke kantor.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

*Promotion* merupakan kegiatan menginformasikan atau memberitahukan kepada para calon nasabah dari produk yang dimiliki dengan tujuan untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing* mengatakan bahwa:<sup>22</sup> “Dalam strategi promosi yang kita lakukan, kita menggunakan berbagai cara yaitu diantaranya periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi, dan *cross selling*, dan *door to door*”.

##### a) Periklanan (*Advertising*)

Dari hasil wawancara Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing* mengatakan bahwa:<sup>23</sup> “Dalam melakukan periklanan untuk mempromosikan produk tabungan haji, kita menggunakan berbagai macam media diantaranya media cetak, media elektronik dan media online”.

Dalam mengiklankan produk tabungan haji menggunakan media cetak Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 menggunakan banner tentang adanya produk tabungan haji yang dipasang di depan kantor cabang atau pada pusat kota dan tempat yang sering terdapat keramaian sehingga mudah ditemui dan dibaca oleh masyarakat. Selain spanduk atau banner, dalam memperiklankan produk tabungan haji lewat media cetak Bank Syariah Indonesia KCP

---

<sup>22</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>23</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

Jepara Pemuda 1 juga menyebarkan brosur yang sudah disediakan untuk nasabah yang datang ke bank dan juga digunakan dalam melakukan pemasaran di luar bank.<sup>24</sup>

Sedangkan periklanan melalui media elektronik yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 menggunakan media televisi (TV) yang terdapat pada dalam ruangan kantor. Nasabah yang sedang menunggu antrian dapat melihat tayangan-tayangan mengenai produk-produk Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 khususnya produk tabungan haji. Selain itu, nasabah dan calon nasabah yang kurang mengetahui tentang produk bank menjadi paham karena tayangan yang ada di televisi (TV) dilengkapi dengan penjelasan-penjelasan produk.<sup>25</sup>

Sedangkan periklanan melalui media online setiap karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 biasanya memposting atau membuat status atau dibagikan di grup yang ada di WhatsApp dan media sosial lainnya seperti facebook, instagram, dan youtube tentang informasi produk tabungan haji.<sup>26</sup>

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa seluruh karyawan ikut andil dalam memasarkan produk tabungan haji. Setiap pegawai memasarkan produk tabungan haji melalui media sosial masing-masing dengan mempostingnya. sehingga secara tidak langsung periklanan melalui media sosial sangat berpengaruh dalam menarik calon nasabah menggunakan tabungan haji di zaman digital, serta lebih efektif dalam melakukan pemasaran.

---

<sup>24</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>25</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>26</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

b) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Dari hasil wawancara dengan bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>27</sup> “dalam promosi penjualan produk tabungan haji kita biasanya akan memberikan hadiah atau dorprize kepada nasabah yang membuka rekening tabungan haji dengan langsung menabung Rp. 25.100.000 kami akan memberikan hadiah berupa mukenah dan sajadah, kadang juga ada payung atau barang lainnya”.

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa strategi promosi tabungan haji menggunakan *sales promotion* atau promosi penjualan yaitu dengan memberi hadiah kepada nasabah yang telah membuka rekening tabungan haji dengan mempunyai saldo Rp. 25. 100.000.

c) Penjualan pribadi

Dari hasil wawancara dengan bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* , beliau mengatakan bahwa:<sup>28</sup> “semua pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yang ikut andil dalam memasarkan produk tabungan haji. Setiap pegawai ikut mempromosikan kepada keluarga, kerabat, dan teman-temannya”.

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa pada strategi promosi lewat penjualan pribadi ini dilakukan oleh seluruh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, mulai dari *cleaning service*, *security*, *teller*, sampai dengan pimpinan. Penjualan pribadi biasanya dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung kepada kerabat, tetangga, teman-teman terdekat dan nasabah lainnya. Hal ini sangat membantu pemasaran produk khususnya tabungan haji serta memberikan keuntungan bank dalam meningkatkan jumlah nasabah baru. Tetapi untuk kegiatan terjun ke

---

<sup>27</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>28</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).



lapangan tetap dilakukan oleh staf marketing dengan memperluas jaringan dari satu nasabah ke nasabah lainnya melalui telepon atau datang langsung sehingga antara pihak bank dengan pihak nasabah atau calon nasabah bisa nyaman dan akrab sehingga dapat mempengaruhi nasabah berminat dengan produk yang dipasarkan.

d) *Cross Selling*

*Cross selling* adalah suatu teknik pemasaran dengan menawarkan produk-produk yang lain setelah pelayanan. strategi *cross selling* yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, biasanya dilakukan oleh *customer service* (CS) dan *teller* Bank. Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>29</sup> “Strategi *cross selling* ini biasanya dilakukan oleh *Customer service* (CS) dan *teller* dengan menawarkan produk-produk salah satunya tabungan haji kepada nasabah yang sudah menggunakan produk bank dan dirasa pantas untuk ditawari, *customer service* dan *teller* menawarkan produk ketika nasabah selesai melakukan pelayanan”.

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa *cross selling* ini biasaya dilakukan setelah melakukan pelayanan terhadap nasabah dengan menawarkan dan memberikan informasi tentang produk tabungan haji secara langsung ke nasabah.

e) *Door to door*

Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* beliau mengatakan bahwa:<sup>30</sup> “Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam melakukan promosi dengan teknik *door to door* yaitu dengan mendatangi tempat-tempat keagamaan seperti bekerja sama dengan Kemenag, departemen agama, Kantor Urusan Agama (KUA), Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), dan rumah sakit

---

<sup>29</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>30</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

dengan menawarkan produk yang kita miliki khususnya tabungan haji”.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Ali, beliau mengatakan bahwa:<sup>31</sup> “saya pada saat mendaftar ibadah haji langsung ke kantor Kemenag, setelah sampai disana ternyata harus mempunyai rekening tabungan haji terlebih dahulu, sehingga diarahkan ke Bank Negara Indonesia Syariah, yang saat ini menjadi Bank Syariah Indonesia untuk membuka rekening tabungan haji”.

Berdasarkan wawancara diatas, bahwa tempat atau kantor keagamaan merupakan tempat yang potensial dalam melakukan promosi tabungan haji. Hal tersebut dikarenakan haji merupakan kewajiban umat muslim dan salah satu rukun Islam sehingga Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 melakukan kegiatan promosi *door to door* melalui tempat-tempat keagamaan untuk meningkatkan jumlah nasabah dan memperluas pangsa pasar.

##### 5) *People* (Orang)

*People* (orang) adalah pemegang peran penting dalam industri jasa yang terlibat langsung dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi konsumen, nama pribadi konsumen, dan konsumen-konsumen lainnya. Dalam hal ini, Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 mempunyai SDM dari *branch Manager* sampai *security*. Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>32</sup>

Sebelum kegiatan pelayanan dimulai semua pegawai kumpul atau melakukan apel pagi bersama. Dalam kegiatan apel pagi tersebut, semua pegawai dalam bekerja untuk profesional, ikhlas, melayani dengan ramah, baik, sopan, dan berpakaian yang rapi, lengkap, dan berhijab, serta dapat datang tepat waktu. Selain itu, *core value* akhlak selalu dibaca bersama-sama setiap apel pagi agar seluruh pegawai ingat selalu prinsip dan nilai dasar yang dipegang dalam bekerja.

---

<sup>31</sup> Ali, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

<sup>32</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

Hal senada juga disampaikan Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* selaku marketing bahwa:<sup>33</sup> Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 mengajarkan pegawainya dalam bekerja dengan berpedoman nilai-nilai *core value* AKHLAK yang meliputi amanah, kompeten, harmonis, loyal, adaptif, dan kolaboratif yang menjadi nilai dasar dan prinsip dalam bekerja serta memberikan pelayanan yang baik, ramah, cepat, dan mudah. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah dengan pelayanan yang baik, ramah, cepat, sopan dan para pegawai juga berpenampilan menarik, rapi, bersih, dan wangi, serta menggunakan papan nama.

Berdasarkan wawancara tersebut, nasabah akan menjadi merasa nyaman, dihargai dan dihormati serta akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan bahwa dengan pelayanan yang baik akan menjadikan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk dan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sehingga jumlah nasabah akan meningkat.

#### 6) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik adalah sarana dan prasana untuk mendukung pelayanan dan bernilai tambah terhadap kualitas produk dan jasa kepada nasabah. bukti fisik memiliki karakteristik sebagai persyaratan yang memiliki nilai tambah untuk konsumen. Bukti fisik dalam perusahaan harus menarik, aman, dan bagus sehingga nasabah yang datang akan nyaman dan tenang dalam pelayanan. Dari hasil wawancara, Bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing* mengatakan bahwa<sup>34</sup>

Bukti fisik yang disajikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dapat dilihat dari kantor yang berdiri kokoh dengan dua lantai dimana lantai satu buat untuk pelayanan teller dan customer

---

<sup>33</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>34</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

service, sedangkan lantai dua buat untuk ruangan kerja pegawai, ruangan penerima tamu, serta pengajuan pembiayaan. Selain itu, dilengkapi juga dengan mesin ATM didepan yang dapat diakses 24 jam dan lahan parkir atau halaman lumayan luas yang dilengkapi dengan CCTV diluar dan didalam.

Hal senada juga diungkapkan oleh bapak Titan Ardhi Nugroho selaku bagian *marketing*, beliau mengatakan:<sup>35</sup>

Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memfasilitasi ruangan tunggu yang nyaman, yang dilengkapi dengan AC,TV, wifi dan CCTV serta layout ruangan yang tertata rapi. Selain itu juga terdapat mesin untuk pengambilan nomor antrian dan tab untuk mengakses BSI form serta terdapat security untuk membantu nasabah yang masih bingung. Sedangkan, printer, dan komputer hanya pegawai yang dapat mengaksesnya agar memudahkan pegawai dalam bekerja dan memberikan pelayanan kepada nasabah. Selain ruangan dan pelayanan yang nyaman, juga memberikan bukti fisik pada tabungan haji berupa slip penyeteroran atau slip penarikan, buku tabungan, serta kartu ATM pada saat keberangkatan haji kepada nasabah.

Berdasarkan wawancara diatas menunjukkan bahwa *physical evidence* (bukti fisik) yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 cukup lengkap seperti kantor dan fasilitas yang lengkap dan memadai sehingga memberikan rasa kepuasan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk dari Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.

#### 7) *Process* (proses)

*Process* (proses) adalah kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas penyampaian suatu produk kepada konsumen. Bapak Titan Ardhi Nugroho selaku *marketing* Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, beliau mengatakan bahwa:<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>36</sup> Titan Ardhi Nugroho, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

Untuk proses pembukaan rekening tabungan haji sangat mudah, nasabah dapat langsung datang ke kantor dengan membawa KTP dan NPWP (jika punya) terus langsung di proses. Setelah proses pembukaan selesai, nasabah yang menyetorkan mencapai Rp. 25.100.000, setelah itu, akan didaftarkan ke Siskohat untuk mendapatkan porsi haji. Setelah di daftarkan oleh bank, nasabah harus mendatangi ke kantor kemenag untuk melakukan daftar ulang dengan maksimal 5 hari kerja untuk mencetak nomor porsi.

Hal senada juga disampaikan bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>37</sup> “Selain secara offline nasabah juga dapat membuka secara online rekening tabungan haji dengan melalui BSI *Mobile*, dengan langkah-langkah yang ditunjukkan di BSI *Mobile*, setelah prosesnya selesai nasabah dapat datang langsung ke kantor cabang untuk mengambil buku rekening”.

Bapak Ali selaku nasabah juga mengatakan bahwa:<sup>38</sup>

Untuk proses pembukaan rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia sangat mudah dengan persyaratan yang gampang dan langsung diproses sesuai dengan nomor antrian. Selain itu juga, pada saat pembukaan rekening tabungan haji, saya tidak membawa materai, bank menyediakan materai dan kita tinggal membayarnya, sehingga hal tersebut memudahkan nasabah untuk proses pembukaan rekening tabungan haji.

Berdasarkan wawancara diatas menunjukkan bahwa proses pembukaan rekening tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 mudah, cepat diproses. Proses pembukaan rekening tabungan haji dapat dilakukan secara online melalui BSI *Mobile* jika tidak ada waktu untuk datang ke kantor.

---

<sup>37</sup> Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

<sup>38</sup> Ali, Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (16 Juli 2023).

## 2. Kendala yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh bank untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah dari produk yang ditawarkan. Tetapi pada kenyataannya penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank tidak selalu berjalan lancar, banyak kendala maupun hambatan yang dialami dalam sebuah proses kegiatan pemasaran. Begitupun Bank Syariah Indonesia Jepara Pemuda 1 juga mengalami kendala pada saat memasarkan produk tabungan haji.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Adipta Nur Pratama selaku *branch manager* menjelaskan kendala yang dialami Bank Syariah Indonesia Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji. Beliau menyatakan bahwa:<sup>39</sup> “Kendala yang kita alami dalam memasarkan produk tabungan haji ini yaitu banyak persaingan dengan lembaga keuangan syariah atau non lembaga keuangan lainnya yang memiliki produk tabungan haji atau biro haji dan umroh di kabupaten Jepara. yang kedua yaitu terjadinya offline dari kantor pusat sehingga hal tersebut menghambat dalam melakukan pelayanan”.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Titan Ardhi Nugroho dan bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa:<sup>40</sup>

Kendala yang kita alami dalam memasarkan produk tabungan haji ini yaitu sekarang banyak lembaga keuangan syariah atau non lembaga keuangan lainnya yang memiliki produk tabungan haji sehingga menyebabkan persaingan. Yang kedua yaitu sering terjadi offline dari kantor pusat sehingga menghambat pelayanan. Ketiga terdapat kantor cabang Bank Syariah Indonesia hanya satu di kabupaten Jepara, sehingga kurang maksimal dalam melakukan pelayanan hal tersebut menjadikan suatu hambatan. Selain itu, minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan haji yang ditawarkan, banyak masyarakat Jepara yang belum mengetahui tentang tabungan haji ini.

---

<sup>39</sup> Adipta Nur Pratama, Branch Manager Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

<sup>40</sup> Titan Ardhi Nugroho and Ari Fanik Setyawan, Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu terdiri dari faktor internal yang meliputi terjadinya offline dari kantor pusat, dan kurangnya kantor cabang Bank Syariah Indonesia di kabupaten Jepara sehingga pelayanan terhadap nasabah masih kurang maksimal khususnya terkait produk tabungan haji sedangkan dari faktor eksternal yaitu meliputi persaingan antar lembaga keuangan, banyak lembaga keuangan yang sama-sama memiliki produk tabungan haji sehingga dapat menimbulkan persaingan antar lembaga keuangan yang ketat, dan minimnya pengetahuan masyarakat, banyak masyarakat yang kurang literasi atau pengetahuan tentang produk-produk bank syariah khususnya tabungan haji, sehingga hal tersebut dapat menghambat pemasaran produk tabungan haji .

### **3. Solusi Dalam Mengatasi Kendala Pada Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah**

Kendala merupakan suatu penghambat bagi tercapainya tujuan perusahaan. setiap kendala yang terjadi pasti selalu ada solusi yang dapat dilakukan untuk mengatasinya. Terdapat beberapa solusi bagi bank untuk mengatasi kendala yang dialaminya. Sedangkan, menurut bapak Adipta Nur Pratama selaku *branch manager*, solusi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam mengatasi kendala yang dialami, beliau mengatakan bahwa:<sup>41</sup> “Solusi yang kami gunakan untuk menghadapi kendala tersebut yaitu yang pertama, menjaga nama baik Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dan meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan kerja sama dengan Kemenag kabupaten Jepara dalam memasarkan tabungan haji, memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang keunggulan produk tabungan haji”.

Hal senada juga disampaikan oleh bapak Titan Ardhi Nugroho dan bapak Ari Fanik Setyawan selaku *marketing*, beliau mengatakan bahwa: <sup>42</sup> “Solusi yang kita gunakan dalam mengatasi kendala tersebut yang pertama meningkatkan

---

<sup>41</sup> Adipta Nur Pratama, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

<sup>42</sup> Titan Ardhi Nugroho and Ari Fanik Setyawan, *Marketing* Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, *Wawancara Oleh Penulis*, (12 Mei 2023).

pelayanan kepada nasabah sebaik mungkin dan menjaga nama baik Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, kedua menjalin kerja sama dengan Kemenag kabupaten Jepara, serta meningkatkan pemasaran kepada masyarakat tentang produk tabungan haji”.

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa solusi dalam menghadapi kendala yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu menjaga nama baik Bank Syariah Indonesia dan selalu meningkatkan kualitas pelayanannya, yang kedua, Bank Syariah Indonesia menjalin hubungan kerja sama dengan kantor Kemenag kabupaten Jepara, dan memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk tabungan haji.

Dari hasil wawancara diatas bahwa menjaga nama baik dan meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk dilakukan karena dengan menjaga nama baik dan meningkatkan kualitas pelayanan masyarakat akan percaya dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga nasabah akan lebih loyal. Yang kedua, dengan adanya hubungan kerja sama antara Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dengan kantor Kemenag kabupaten Jepara memberikan keuntungan dan secara tidak langsung melakukan pemasaran tabungan haji, karena ketika masyarakat ingin melaksanakan ibadah haji maka Kemenag akan menyarankan masyarakat untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia dalam menyimpan tabungan hajinya. Yang ketiga masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui tentang produk-produk yang ditawarkan bank syariah khususnya tabungan haji sehingga memberikan pengetahuan kepada nasabah tentang menabung haji di waktu yang tepat sangat penting.

### **C. Analisis Data Penelitian**

Dalam poin ini akan dijelaskan analisis tentang strategi pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Analisis ini bersifat kualitatif dengan membandingkan teori yang ada dengan yang terjadi di lapangan secara langsung.



## 1. Analisis Penerapan Strategi Pemasaran yang Diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah

### a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar merupakan pembagian konsumen menjadi beberapa kelompok yang bersifat heterogen menjadi kelompok pasar yang homogen. Pasar yang luas dengan konsumen yang heterogen menjadikan pelayanan sulit untuk dilayani. Dengan dilakukannya segmentasi pasar maka perusahaan akan lebih efektif, fokus dan muda dalam melayani konsumen yang homogen.<sup>43</sup>

Berdasarkan data penelitian yang didapatkan, segmentasi pasar yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu menggunakan variabel geografi wilayah dan variabel demografis dalam memasarkan produk tabungan haji. Pemilihan variabel geografi wilayah yaitu kabupaten Jepara hal tersebut dikarenakan kantor beroperasi Bank Syariah Indonesia di kabupaten Jepara sehingga fokus kepada masyarakat Jepara yang membuka tabungan haji. Yang kedua yaitu variabel demografis dengan membagi pasar berdasarkan usia dan agama. Dalam hal ini segmentasi demografis yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dari segi usia rentang usia dominan mulai dari usia 17 tahun keatas, sedangkan dari segi agama yaitu nasabah yang beragama Islam, hal tersebut dikarenakan haji merupakan kewajiban yang dilakukan umat Islam, sehingga Bank Syariah Indonesia menetapkan segmentasi pasar tabungan haji masyarakat yang beragama Islam.

Berdasarkan data diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam menjalankan segmentasi pasar sesuai dengan teori Philip Kotler yaitu memilih variabel geografi dengan membagi pasar berdasarkan Negara, wilayah, provinsi, kabupaten, kota, dan variabel

---

<sup>43</sup> Musnaini dkk, *Manajemen Pemasaran* (Sumatra Barat: Insan Cendekia Mandiri, 2021), 72.

demografi dengan membagi pasar berdasarkan agama, usia, jenis kelamin dan pekerjaan.<sup>44</sup>

b. Targeting

*Targeting* adalah suatu proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih dan menilai segmen pasar yang akan dituju. *Targeting* bertujuan untuk mempermudah perusahaan untuk mencapai segmen pasar yang sudah ditentukan sebelumnya, sehingga lebih mudah dalam memberikan kepuasan konsumen yang lebih maksimal.<sup>45</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, target pasar produk tabungan haji yang dipilih oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 adalah ditujukan kepada masyarakat umum berdomisili di kabupaten Jepara yang artinya semua kalangan mulai dari kalangan bawah, menengah, sampai kalangan atas dapat dilayani dan memiliki produk tabungan haji. Target produk tabungan yang dipilih tersebut berdasarkan segmen yang sudah dipilih yaitu masyarakat umum yang berdomisili di Jepara dan beragama Islam, dimana haji merupakan salah kewajiban umat Islam yang mampu, dan sebagian besar jamaah haji yang terdaftar di kemenag kabupaten Jepara merupakan nasabah tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara pemuda 1.

Berdasarkan data diatas bahwa penentuan target pasar produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sesuai dengan teori Kotler, Kartajaya, Huan dan Liu sebagaimana dikutip Novianti Br Gultom dan dkk yaitu membidik target pasar berdasarkan segmen yang telah ditentukan, strategi target didasarkan pada keunggulan kompetitif yang dapat memberikan value kepada nasabah, dan memahami persaingan yang ada.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 1* (Jakarta: PT Indeks, 2004), 300-302.

<sup>45</sup> Nada Arina Romli dkk, *Marketing 4.0: Konsep Dan Implementasinya* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022),34.

<sup>46</sup> Novianti Br Gultom dan dkk, *Teori Pemasaran : Pendekatan Manajemen Bisnis* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2022), 31.

c. *Positioning*

*Positioning* atau posisi merupakan upaya perusahaan dalam menempatkan posisi produknya untuk konsumen guna memenangkan persaingan. Berdasarkan hasil penelitian, posisi pasar Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memosisikan dirinya menjadi lembaga keuangan syariah dengan tujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat untuk biaya haji dan kepengurusan keberangkatan ibadah haji. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memberikan produk tabungan haji serta keunggulan sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat. Masyarakat yang berkeinginan ibadah haji yang terkendala biaya dapat menabung sesuai keinginannya sehingga dapat menarik minat masyarakat dan meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan data diatas bahwa penentuan posisi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji sesuai dengan dengan teori Kartajaya dan Sula yaitu dalam melakukan *positioning* memahami dan memenuhi permintaan kebutuhan nasabah, serta memberikan penjelasan tentang produk yang dimiliki dan keunggulan produk tersebut sehingga calon nasabah akan tertarik.<sup>47</sup>

d. Bauran Pemasaran

a) *Product* (produk)

Produk adalah barang ataupun jasa yang ditawarkan untuk memenuhi permintaan, kebutuhan dan keinginan konsumen di pasar. Produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas dan nilai seperti kemasan, merek, garansi, dan pelayanan.<sup>48</sup> Berdasarkan hasil penelitian terhadap strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 pada produk tabungan haji dari segi produk sudah baik dan menarik. Produk tabungan haji ini dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan keunggulannya

---

<sup>47</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), 173.

<sup>48</sup> Ririn Wulandary, *Membidik Nasabah Bank Syariah* (Yogyakarta: CV. Nas Media Pustaka, 2020), 46.

dibandingkan dengan bank lain seperti mendapatkan fasilitas BSI Mobile, mendapatkan kartu ATM saat akan keberangkatan ibadah haji, sistem auto debit melalui program ABATAMA. Selain itu akad yang digunakan pada produk tabungan haji ini yaitu akad *mudharabah muthlaqah* dimana terdapat bagi hasil antara bank dan nasabah, maka hal tersebut dapat saling menguntungkan antara bank dan nasabah.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi *product* (produk) yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu sesuai dengan teori Tatik Suyani bahwa kualitas produk dapat dilihat dari keunggulan, kebarua, dan manfaat produk, kekuatan merk produk atau nama produk, mutu pelayanan, dan lainnya.<sup>49</sup>

b) *Price* (harga)

Bauran pemasaran yang kedua yaitu *price* (harga). *Price* (harga) adalah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa yang diinginkan. penentuan harga merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran, karena harga sangat berperan terhadap laku atau tidaknya suatu produk atau jasa yang dijual.<sup>50</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran dari segi harga pada produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 terjangkau untuk masyarakat dari kalangan bawah, menengah, dan atas dapat memiliki tabungan haji. Bank Syariah Indonesia menetapkan harga untuk setoran awal pembukaan rekening haji sebesar Rp. 100.000 dan setelah itu bebas mencicil dan menabung sesuai keinginannya dengan cicilan minimal Rp. 10.000. Sehingga dengan biaya pembukaan rekening tabungan haji yang sangat terjangkau dan murah tersebut, nasabah dapat menabung dengan ringan sesuai kemampuan nasabah dan masyarakat yang kekurangan biaya haji dapat menabung dananya agar

---

<sup>49</sup> Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategi Bank Di Era Global* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), 28.

<sup>50</sup> Hafipah Dkk, *Manajemen Pemasaran (Membangun Loyalitas Pelanggan)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), 81.

tidak keberatan nantiinya dalam melaksanakan ibadah haji. Dengan harga tersebut yang ditawarkan sangat terjangkau sehingga masyarakat dapat memilikinya dari semua kalangan. Selain itu dari sudut pandang akad sesuai dengan syariah, menggunakan akad mudharabah muthlaqah dengan sistem bagi hasil atau nisbah yang tidak mengandung riba dan transparan.

Berdasarkan data diatas, dalam pandangan *Islamic marketing* harga yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sesuai dengan syariah yaitu dengan harga yang jelas, pengelolaannya tidak ada kecurangan, tidak ada manipulasi dan penimbunan, serta pendekatan kesejahteraan masyarakat.<sup>51</sup>

c) *Place* (Tempat)

*Place* (tempat) adalah lokasi pelaksanaan dalam menyalurkan produk dengan distribusi dan waktu yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tempat yang mudah dijangkau dan strategis dapat menjadikan keuntungan bagi perusahaan karena dapat mengurangi biaya pemasaran.<sup>52</sup>

Berdasarkan dari hasil penelitian strategi pemasaran dari segi tempat yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sudah tepat dan baik, karena lokasi beroperasinya Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda sangat strategis, mudah dijangkau dengan motor ataupun mobil, diseberang jalan raya, dekat dengan pusat kota dan kantor-kantor pemerintahan. Dengan lokasi yang strategis tersebut, masyarakat dapat menjangkau dan mengakses serta mengetahui Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dengan mudah, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat dan jumlah nasabah khususnya produk tabungan haji.

Berdasarkan data diatas, strategi *place* atau lokasi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sesuai dengan pernyataan

---

<sup>51</sup> Rusydi Fauzan dkk, *Islamic Marketing* (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 16.

<sup>52</sup> Erna Resmiatini, 'Analisis Implementasi Bauran Pemasaran 7P Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Batu-Malang', 5.1 (2020), 1–20.

Kotler sebagaimana dikutip Arman tentang *place* atau tempat yaitu keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para konsumen, dan keputusan penggunaan perantara dalam meningkatkan jasa untuk konsumen. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penelitian strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dari segi *place* atau tempat sudah sangat tepat, strategis, dan mudah diakses oleh nasabah.<sup>53</sup>

d) *Promotion* (Promosi)

*Promotion* (Promosi) adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu pemasaran. Pada perbankan promosi merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh bank untuk memberikan informasi, mengingatkan, membujuk kepada nasabah atas kelebihan dan manfaat dari suatu produk.<sup>54</sup>

Berdasarkan dari hasil penelitian strategi pemasaran dari segi *promotion* (promosi) yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu meliputi:

1) Periklanan (advertising)

Promosi periklanan yang dilakukan melalui pemasangan banner atau spanduk, penyebaran brosur, tanyangan TV yang ada di kantor, dan melalui media sosial.

2) Promosi penjualan (advertising)

Promosi penjualan yang dilakukan melalui pemberian hadiah atau doorprize kepada nasabah yang langsung menabung Rp. 25. 100.000 atau langsung mendapatkan porsi haji.

3) Penjualan pribadi

Promosi lewat penjualan pribadi yang dilakukan oleh seluruh pegawai yang menawarkan kepada teman, kerabat, atau nasabah lainnya, dan juga memposting lewat media sosial masing-masing.

---

<sup>53</sup> Arman, *Introduksi Manajemen Pemasaran* (Sumatera Selatan: LD Media, 2022), 45.

<sup>54</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), 58.

4) *Cross selling*

Promosi lewat *Cross selling* yang dilakukan oleh customer service atau teller setelah melakukan pelayanan dengan menawarkan produk kepada nasabah.

5) *Door to door*

Promosi lewat *door to door* dilakukan dengan mendatangi tempat-tempat keagamaan seperti kerja sama dengan Kemenag, departemen agama, Kantor Urusan Agama (KUA), Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH), rumah sakit dan lainnya.

Berdasarkan data diatas, strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sesuai dengan teori kasmir di dalam bukunya yang berjudul studi kelayakan bisnis dalam melakukan promosi, terdapat empat sarana dalam mempromosikan produk maupun jasa yang dilakukan oleh perusahaan. Keempat macam sarana promosi yang dilakukan yaitu terdiri dari *sales promotion* (promosi penjualan), *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan pribadi), serta *publicity* (publisitas).<sup>55</sup>

e) *People* (Orang)

Orang (*people*) merupakan seluruh pelaku yang berperan dalam kegiatan pemasaran untuk mempengaruhi persepsi konsumen. orang (*people*) pada bank meliputi pegawai bank dan nasabah. Pegawai bank dan nasabah saling memberi kontribusi terhadap suksesnya transaksi yang dilakukan<sup>56</sup>. Personel pelayanan (*service personel*) mencakup pegawai bank yang memberikan pelayanan dan produk perbankan bagi nasabah, dimulai dari satpam, *teller*, Customer sevice, manajer bank, dan seluruh karyawan, bahkan pimpinan bank.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, strategi *people* (orang) yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dituntut profesional dan ihklas dalam berkeja yaitu melayani dengan ramah, baik, sopan, terampil, dan berpakaian yang rapi,

<sup>55</sup> Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Prenada Media, 2003), 59.

<sup>56</sup> Fitria Halim dkk, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Sumatra: Yayasan Kita Menulis, 2021), 6.

lengkap dan berjijab bagi yang perempuan, serta datang tepat waktu. Selain itu, strategi *people* (orang) yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu setiap pegawai harus mematuhi *core value* akhlak, dimana setiap nilai yang ada di *core value* akhlak mencakup seluruh nilai-nilai yang patut dijalankan saat bekerja.

Berdasarkan data diatas, strategi *people* (orang) yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP jepara Pemuda 1 sesuai dengan pendapat Zeinthaml dan Bitner sebagaimana dikutip Erina Alimin dkk, bahwa sikap dan tindakan pegawai, cara berpakaian pegawai, dan penampilan pegawai berpengaruh terhadap keberhasilan penyampaian produk kepada konsumen.<sup>57</sup>

f) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan suatu perangkat sebagai pendukung dalam aktivitas pemasaran perusahaan. Bukti fisik dapat mendukung terjadinya pembelian dan menimbulkan citra baik kepada konsumen. Berdasarkan hasil dari penelitian, bukti fisik yang disajikan oleh Bank Syariah dapat dilihat dari eksternal dan internal kantornya. Untuk faktor eksternalnya dari dapat dilihat dari gedung atau kantornya dengan dua lantai yang lumayan besar serta dilengkapi dengan ATM yang dapat diakses 24 jam dan lahan parkir atau halaman lumayan luas yang dilengkapi dengan CCTV sehingga mampu menampung kendaraan nasabah dan pegawai. Untuk faktor internalnya atau di dalam ruangan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memfasilitasi ruangan tunggu yang nyaman dengan sofa yang empuk, yang dilengkapi dengan AC,TV dan CCTV serta layout ruangan yang tertata rapi. Selain itu juga terdapat mesin untuk pengambilan nomor antrian dan tab untuk mengakses BSI form serta terdapat security untuk membantu nasabah yang masih bingung. Sedangkan komputer, wifi, serta printer hanya pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yang dapat mengakses agar memudahkan pegawai dalam bekerja

---

<sup>57</sup> Erina Alimin dkk, *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern)* (Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL), 2022), 76.



supaya dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi *physical evidence* (bukti fisik) yang dilakukan yaitu bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 merupakan lembaga keuangan syariah atau bank syariah yang resmi dan nyata dengan adanya bukti kantornya dengan kondisi yang memiliki fasilitas yang memadai sehingga menjadikan nasabah dapat percaya dan nyaman.

g) *Process* (Proses)

Proses merupakan hal yang sangat penting pada lembaga keuangan, karena kecepatan dan kemudahan untuk menabung atau memanfaatkan layanan lainnya dapat mempengaruhi keputusan nasabah atas produk yang ditawarkan. Dari hasil penelitian tersebut, proses yang disajikan oleh Bank Syariah KCP Jepara Pemuda 1 sudah baik dan bagus. Hal tersebut dapat dilihat dari proses yang runtut dari membuka tabungan haji hingga pendaftaran di kantor kemenag dan persyaratan-persyaratan yang dibutuhkan mudah sehingga tidak perlu waktu dalam prosesnya.

Hal ini sesuai dengan pendapat Buchari Alma dikutip dari buku Tengku Firli Mustar yang berjudul *Manajemen Pemasaran*, bahwa proses ini terjadi di luar pandangan konsumen, yang penting jasa yang diterima konsumen memuaskan. Proses ini meliputi kecepatan dan kemudahan dalam hal pelayanan, kemudahan dalam penyeteroran, penarikan, dan pengiriman uang, cepat tanggap dalam menanggapi kesalahan, dan sebagainya.<sup>58</sup> Hal ini menggambarkan bahwa proses bernilai sangat penting bagi konsumen dalam memanfaatkan layanan pada suatu lembaga keuangan

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa strategi *process* (proses) sangat mempengaruhi nasabah ataupun calon nasabah dalam memanfaatkan layanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Dengan adanya proses yang cepat dan mudah maka

---

<sup>58</sup> Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), 176.

nasabah ataupun calon nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Dari strategi bauran pemasaran 7P yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, terdapat beberapa strategi yang dominan mempengaruhi nasabah menggunakan produk tabungan haji yaitu strategi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *physical evidence* (bukti fisik). Hal tersebut dikarenakan, yang pertama dari segi produk sendiri Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memiliki produk tabungan haji untuk anak dan dewasa, dengan adanya hal tersebut, orang tua yang ingin mendaftarkan haji anaknya sejak dini atau sejak kecil dapat membuka tabungan haji sehingga dapat menambah jumlah nasabah.

Yang kedua, dari harga sendiri produk tabungan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memiliki harga terjangkau dan bebas untuk menabung atau mencicil biaya haji, tidak ada batasan atau waktu untuk nasabah menabung. Dengan adanya harga tersebut banyak nasabah yang berminat menggunakan produk tabungan haji. Yang ketiga, dari segi promosi produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 menggunakan beberapa cara sehingga dapat lebih menarik nasabah untuk menggunakan tabungan haji. Yang keempat, dari segi bukti fisik bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 satu-satunya kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang ada di Jepara sehingga nasabah yang ingin menabung tabungan haji di Bank Syariah Indonesia hanya ke Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1.

## **2. Analisis Kendala yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 Dalam Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dianalisis yang bahwa Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran produk tabungan dengan akad mudharabah muthlaqah dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu antara lain sebagai berikut:

### **a. Persaingan antar lembaga keuangan**

Banyaknya masyarakat Indonesia yang beragama Islam, terdapat banyak tumbuh lembaga keuangan syariah

baik bank maupun non bank terdapat pandangan kesamaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat salah satunya mempunyai produk tabungan haji sehingga dapat menimbulkan persaingan antar lembaga keuangan. Dengan adanya hal tersebut, Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 harus merencanakan strategi pemasarannya yang berbeda dengan lembaga keuangan lainnya dalam menghadapi persaingan. Maka dari itu, bank syariah harus memiliki keunggulan produk yang lebih menarik dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya yang memiliki jenis produk yang sama sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Terjadinya offline dari kantor pusat

Terjadinya offline dari kantor pusat berpengaruh terhadap kantor cabang, karena kantor cabang tidak dapat melakukan pelayanan seperti pembukaan rekening tabungan, setor tunai, tarik tunai, dan lainnya. sehingga pelayanan yang diinginkan nasabah tidak dapat langsung diproses, maka diproses saat sudah normal kembali dari kantor pusat. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Titan bahwa, kemarin pada saat pelunasan biaya haji seluruh kantor cabang Bank Syariah Indonesia Pemuda 1 mengalami offline atau perbaikan dari kantor pusat. Tidak hanya pelayanan langsung, mobile banking dan ATM juga sedang mengalami offline atau perbaikan. Sehingga dengan adanya hal tersebut membuat pelayanan mengalami hambatan. Maka dari itu, Bank Syariah Indonesia pusat dapat menjaga sistem agar tidak offline dan cepat tanggap dalam memperbaiki jika terdapat sistem offline.

c. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang produk tabungan haji

Banyak masyarakat yang belum mengetahui dan tingkat literasi masyarakat yang kurang tentang lembaga keuangan syariah membuat masyarakat kurang paham tentang produk-produk yang ditawarkan bank syariah salah satunya produk tabungan haji. Masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa dalam menggunakan produk bank syariah rumit. Sehingga hal tersebut menjadi penghambat dalam memasarkan produk bank syariah.

d. Kurangnya kantor cabang

Di kabupaten Jepara sendiri terdapat hanya satu kantor cabang Bank Syariah Indonesia, sehingga seluruh

nasabah Bank Syariah Indonesia di Jepara pelayanannya hanya di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Seperti halnya saat-saat ini terdapat pelunasan biaya haji, seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia tabungan haji yang mendapat porsi keberangkatan haji tahun ini untuk pelunasannya hanya di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 sehingga mengalami antrian yang panjang.

### **3. Analisis Solusi Dalam Mengatasi Kendala Pada Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dianalisis bahwa solusi yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam mengatasi kendala dalam penerapan strategi pemasaran produk tabungan haji yaitu sebagai berikut:

#### **a. Menjaga nama baik Bank Syariah Indonesia dan meningkatkan kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan dalam pandangan Islam merupakan respon pelanggan atau konsumen terhadap penyajian layanan yang diberikan oleh perusahaan dimana setiap aktivitasnya berdasarkan nilai-nilai moral dan syariat Islam.<sup>59</sup> Menjaga nama baik lembaga dan meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk dilakukan. Dengan menjaga nama baik dan meningkatkan kualitas pelayanan maka masyarakat dapat percaya dan berminat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1. Pelayanan yang baik, unggul, dan bermutu yang diberikan kepada nasabah akan menciptakan kepuasan sehingga menciptakan rasa loyalitas nasabah, serta meningkatkan hubungan bank dan nasabah dan kepercayaan nasabah terhadap bank. Sehingga sangat penting untuk menjaga nama baik dan meningkatkan kualitas pelayanan bank.

#### **b. Bekerja sama dengan Kemenag Jepara**

Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 bekerja sama dengan kantor Kemenag kabupaten Jepara dalam memasarkan produk tabungan hajinya. Sehingga

---

<sup>59</sup> Veni Apriyani dkk, *Manajemen Pelayanan Kualitas Bank Syariah* (Bengkulu: CV Brimedia Global, 2023), 39.

dengan hubungan kerja sama dengan kemenag Jepara, ketika masyarakat mencari informasi tentang ibadah haji, maka Kemenag akan mengarahkan kepada masyarakat untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 untuk menyimpan dana persiapan ibadah haji tersebut. Sehingga hal tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 untuk mempromosikan produk tabungan haji.

- c. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat tentang keunggulan produk tabungan haji

Memberikan pengetahuan kepada masyarakat yang belum dan kurang mengetahui tentang produk tabungan haji bagaimana keunggulan dan manfaatnya karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahuinya dengan melakukan sosialisasi maupun lainnya untuk mengedukasi dan mengajak masyarakat agar dapat mengetahui bagaimana pentingnya menabung haji, karena setiap umat Islam memiliki keinginan untuk beribadah haji, sehingga dengan mengetahui tabungan haji yang dimiliki Bank Syariah Indonesia nasabah dapat menabung dana yang dimiliki sesuai kemampuannya. Sehingga dengan memberi pengetahuan dan keunggulan produk tabungan haji kepada masyarakat dapat menjadi peluang dan kesempatan Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dalam memasarkan produk tabungan haji.

#### 4. Penerapan Akad Mudharabah Muthlaqah Pada Produk Tabungan Haji Bank syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1

*Mudharabah Muthlaqah* adalah akad kerja sama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, pihak pertama sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) yaitu memberikan seluruh modalnya kepada pihak kedua sebagai pengelola dana (*mudharib*) sebagai pengelola tanpa diberikan batas dalam pengelolaan modal tersebut sesuai dengan syariah. Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 memiliki dua produk tabungan haji yaitu tabungan haji Indonesia untuk nasabah yang memiliki usia 17 tahun ke atas atau yang sudah memiliki kartu tanda penduduk (KTP), dan tabungan haji muda Indonesia yang diperuntukkan untuk nasabah yang belum cukup usia atau dibawah usia 12 tahun. Dalam produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 dominan menggunakan

akad *mudharabah muthlaqah*, hal tersebut dikarenakan daftar tunggu atau *waiting list* yang semakin panjang dan lama yang mencapai 20 tahun lebih menjadi faktor utama tabungan haji Bank Syariah Indonesia menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*, sehingga dengan waktu yang lama tersebut, tabungan haji tidak hanya titipan saja tetapi terdapat bagi hasil antara Bank dengan nasabah yang telah ditentukan sebesar 96% : 4% dimana nasabah sebagai *shahibul maal* atau pemilik dana dan bank sebagai *mudharib* atau pengelola dana, yang mana nasabah menyerahkan sepenuhnya atas dananya kepada bank selaku *mudharib* untuk dikelola sesuai dengan prinsip syariah. Setelah nasabah memiliki saldo di tabungan haji sudah mencapai sebesar Rp. 25. 100.000, maka pihak Bank Syariah Indonesia akan mendaftarkan nasabah ke sistem layanan SIKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu), dan nasabah setelah itu melengkapi semua persyaratan ke Kemenag untuk mendapatkan porsi haji dengan saldo yang ditransferkan ke Kemenag sebesar Rp. 25.000.000 dan saldo mengendap di rekening tabungan haji sebesar Rp. 100.000. Setelah itu, nasabah tetap dapat menabung untuk pelunasan biaya haji sampai dengan adanya panggilan keberangkatan dari Kemenag. Tahun 2023 ini untuk biaya haji perorang mencapai Rp. 49.500.000.<sup>60</sup>

Dalam pengelolaan danaya bank syariah diawasi oleh dewan pengawas syariah yang bertugas mengawasi jalannya sistem pengelolaan dana oleh bank syariah. Adanya nisbah bagi hasil pada tabungan haji dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang sudah ditetapkan antara pihak bank sebagai *mudharib* dan nasabah sebagai *shahibul maal*, untuk bagi hasil pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1 yaitu 96% : 4% (pihak Bank : Nasabah)

Berikut cara perhitungan bagi hasil pada tabungan haji dengan akad *mudharabah muthlaqah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1:

Rumus:

---

<sup>60</sup> Titan Ardhi Nugroho., Marketing Bank Syariah Indonesia KCP Jepara Pemuda 1, Wawancara Oleh Penulis, (12 Mei 2023).

|   |   |   |   |                   |
|---|---|---|---|-------------------|
| <u>Saldo rata-rata simpanan nasabah</u><br>Saldo rata-rata seluruh simpanan sejenis | X | Total pendapatan distribusi bagi hasil untuk simpanan sejenis | X | Nisbah bagi hasil |
|---|---|---|---|-------------------|

Contoh:

Bapak Adib memiliki saldo rata-rata tabungan haji di Bank Syariah Indonesia pada bulan Juli 2023 sebesar Rp. 15.000.000, Perbandingan bagi hasil (nisbah) antara BSI dan bapak Adib (nasabah), Saldo rata-rata tabungan seluruh nasabah tabungan haji pada bulan Juli 2023 pada BSI Rp. 2.000.000.000, Pendapatan BSI yang dibagi hasilkan untuk nasabah tabungan haji sebesar Rp. 250.000.000

Cara pembagian hasil untuk bapak Adib adalah:

$$\frac{\text{Rp. 15.000.000}}{\text{Rp. 2.000.000.000}} \times \text{Rp. 250.000.000} \times 4\% = \text{Rp. 60.000}$$

Dari perhitungan diatas, maka bagi hasil yang diterima pak Adib sebesar Rp. 60.000 . Ada perbedaan pada pembagian hasil dari tabungan haji yang diperoleh nasabah dengan akad mudharabah muthlaqah, yaitu jika saldo rata-rata simpanan pak Adib tidak mengalami kenaikan, sedangkan saldo rata-rata seluruh simpanan tabungan haji dan pendapatan distribusi naik maka keuntungan atau bagi hasil pak Adib yang didapatkan juga akan bertambah. Dan sebaliknya, jika mengalami penurunan, maka bagi hasil yang didapat juga akan turun.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup> Putri dkk, “Mekanisme Perhitungan Bagi Hasil Pada Produk Tabungan Haji Berbasis Akad Mudharabah” *Journal of Shariah Economic (MJSE)* 2, No. 1 (2022): 22–28.