

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

#### 1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Perbankan syariah mempunyai peranan penting dalam hal bersifat sebagai fasilitator terhadap seluruh aktivitas ekonomi dalam tatanan ekosistem industri halal. Hadirnya perbankan syariah di Indonesia selama ini telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan pelayanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang baik dari tahun ke tahun. Bahkan dalam hal meakukan percepatan dalam pengembangan dapat dilihat dengan banyaknya bank syariah yang melaukan aksi korporasi. Hal tersebut juga seirama dengan bank syariah yang dimiliki oleh BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.<sup>1</sup>

Pada tanggal 1 Februari 2021 byang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah dari bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam penggabungan tersebut akan melebur dan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan sebuah layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik sehingga Bank Syariah Indonesia didorong agar dapat bersaing pada kancah global.<sup>2</sup>

Penggabungan dari ketiga bank tersebut merupakan usaha atau ikhtiar yang bertujuan untuk dapat melahirkan lembaga keuangan dalam perbankan syariah kebanggaan umat yang diharapkan dapat menjadikan energi baru dalam pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi mengenai kesejahteraan masyarakat luas. Kehadiran Bank Syariah Indonesia dapat menjadi sebuah cerminan dari wajah baru perbankan syariah di Indonesia yang lebih modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil Alamin*).

---

<sup>1</sup> Bank Syariah Indonesia, “diakses pada 31 Juli 2022. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

<sup>2</sup> Wawancara dari lokasi penelitian Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Berdirinya sebuah lembaga keuangan perbankan tidak akan terlepas dari visi dan misi. Begitu juga dengan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yang melengkapi keberadaannya dengan mencanangkan visi dan misi sebagai berikut:<sup>3</sup>

### Visi:

*Menciptakan bank syariah masuk dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.*

### Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Bank Syariah Indonesia mampu melayani lebih dari 20.000.000 nasabah dan menjadi top bank berdasarkan asset (500.000.000.000.000 lebih) dan nilai buku 50.000.000.000.000 pada tahun 2025
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham Bank Syariah Indonesia menjadi top 5 bank yang paling profitable di Indonesia dengan nilai ROE sebesar 18% dan valuasi menguat sebesar PB>2.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia. Bank Syariah menjadi perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.<sup>4</sup>

## 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2

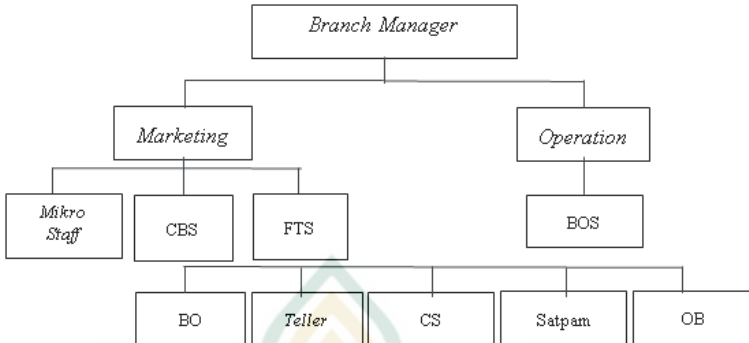
Untuk dapat menjalankan tugas dan tanggungjawab serta menunjang dalam kegiatan operasional di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, maka disusunlah suatu struktur organisasi perusahaan sehingga dapat mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan secara efektif dan efisien. Berikut struktur yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

---

<sup>3</sup> Bank Syariah Indonesia, “diakses pada 31 Juli 2022. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

<sup>4</sup> Wawancara dari lokasi penelitian Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

**Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2**



Berdasarkan struktur organisasi di atas, maka pembagian posisi dalam organisasi tersebut antara lain sebagai berikut:<sup>5</sup>

1. *Branch Manager*
2. *Micro Staff*
3. *Consumer Business Staff*
4. *Funding and Transaction Staff*
5. *Branch Office and Service Manager*
6. *Back Office*
7. *Teller*
8. *Customer Service*
9. *Satpam*
10. *Office Boy*

**4. Macam-Macam Produk Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2**

Adapun produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad yani 2 antara lain adalah produk yang meliputi produk penghimpunan dana dan produk pembiayaan, antara lain sebagai berikut:<sup>6</sup>

1. Tabungan *Easy Wadiah*

Tabungan yang dalam pengoperasiannya menggunakan mata uang rupiah menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* dengan sistem tarik dan setor bisa diakses kapanpun saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

<sup>5</sup> Wawancara dari lokasi penelitian Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

<sup>6</sup> Bank Syariah Indonesia, “diakses pada 31 Juli 2022. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/produk-dan-layanan>.

2. Tabungan *Easy Mudharabah*  
Tabungan yang dalam pengoperasiannya menggunakan mata uang rupiah dengan sistem tarik dan setor bisa diakses kapanpun selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM.
3. Tabungan Haji Indonesia  
Tabungan perencanaan haji dan umroh untuk semua kalangan umur dengan menggunakan akad wadiah dan mudharabah serta tidak adanya biaya administrasi bulanan dan fitur kartu ATM.
4. Tabungan *Junior*  
Tabungan Junior diperuntukkan untuk nasabah yang berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dengan status siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat.
5. Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)  
Tabungan dengan akad *wadiah yad dhamanah* untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.
6. Tabungan Bisnis  
Tabungan dengan akad *mudharabah muthlaqah* dalam mata uang rupiah yang yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur gratis biaya RTGS, transfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui *teller* dan *net banking*.
7. BSI Griya  
BSI Griya merupakan pembiayaan untuk kebutuhan kepemilikan rumah.
8. BSI Multiguna Hasanah  
BSI Multiguna Hasanah merupakan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif seperti renovasi rumah, pembelian perlengkapan atau *furniture* rumah.
9. BSI KUR Mikro  
Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan *plafond* diatas Rp 10 Juta s.d Rp 50 Juta.
10. BSI KUR Kecil  
Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan *plafond* diatas 50 Juta s.d. 500 Juta.

11. BSI KPR Sejahtera

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan hunian subsidi pemerintah dengan prinsip syariah.

12. BSI OTO

Layanan pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap. Biaya terdiri dari biaya admin dan asuransi.<sup>7</sup>

**11. Data Jumlah Nasabah Pengguna Produk Wadiah**

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 Bapak Hadi Suseno, data jumlah nasabah pengguna tabungan wadiah pada tahun 2022 sebanyak 8.000 nasabah, dengan total nasabah secara keseluruhan mencapai 52.000 nasabah. Dalam hal ini, terjadi peningkatan dari tahun 2021 yang mencapai 44.000 nasabah<sup>8</sup>

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2021	44.000
2	2022	52.000

**B. Deskripsi Data Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti melakukan proses wawancara secara langsung dengan pihak Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dengan narasumber utama yaitu Bapak Hadi Suseno selaku *branch manager*, Ibu Novie Nur Heryani selaku *staff marketing* dan kepada beberapa nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam memasarkan produk tabungan wadiahnya memerlukan adanya sebuah strategi pemasaran yang dapat dilakukan secara efektif dalam pelaksanaannya. Cara tersebut di aplikasikan ke dalam sebuah strateginya dengan tujuan agar kegiatan dalam memberikan pelayanan jasa *financial* (keuangan) kepada masyarakat dapat semakin meningkat sehingga perusahaan mempunyai posisi dalam keadaan stabil dan kokoh dalam menghadapi persaingan di era sekarang dengan perbankan lainnya.

Melihat konsep di atas, strategi pemasarannya dapat dilaksanakan dengan tujuan agar kegiatan dalam memasarkan produk tersusun secara teratur, efektif dan efisien. Untuk itu, dirancangnya

---

<sup>7</sup> Wawancara dari lokasi penelitian Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

<sup>8</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 1, transkrip

sebuah strategi dapat menjadikan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 sebagai perusahaan dalam bidang perbankan syariah yang mendapat kepercayaan penuh dari masyarakat dalam penghimpunan dana terutama untuk jenis tabungan wadiah.

### 1. **Strategi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam Menghimpun Dana Pada Produk Tabungan Wadiah**

Telah banyak ditemukan perbankan yang menjalankan kegiatan operasionalnya dengan berbagai macam strategi yang bertujuan dalam hal memasarkan produknya. Berdasarkan hasil karya ilmiah yang ditulis oleh peneliti, hal yang seiring terkait menjalankan sebuah strategi juga terjadi pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Strategi adalah sebuah aktivitas kegiatan yang telah direncanakan dan disusun untuk memutuskan sebuah tindakan dalam mencapai kondisi yang diharapkan supaya suatu tujuan dari sebuah perusahaan dapat tercapai.<sup>9</sup>

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam hal menghimpun dana pada produk tabungan wadiah memerlukan strategi pemasaran yang secara efektif dan baik. Strategi penghimpunan dana tersebut dirancang agar nasabah yang sudah diperoleh semakin meningkat sehingga diperlukan sebuah susunan strategi dengan cara menerapkan dan memilih pasar yang akan dituju dengan menggunakan strategi STP yaitu *Segmentasi, Targeting dan Positioning*.

Pernyataan tersebut seperti yang telah di ungkapkan oleh *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yaitu Bapak Hadi Suseno:

*“Untuk dapat meningkatkan sebuah produk agar lebih berkembang lagi salah satunya produk wadiah, Bank Syariah Indonesia menerapkan strategi Segementasi, Targeting dan Positioning. Strategi tersebut dilakukan dengan tujuan kegiatan proses dalam memasarkan produk dapat lebih terarah.”*<sup>10</sup>

Menurut Bapak Hadi Suseno selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 strategi yang telah diterapkan terdiri dari:

---

<sup>9</sup> Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik* (Jakarta: Raja Grafindo Pers, 2013), 16.

<sup>10</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 2, transkrip.



a. *Segmentasi*

*Segmentasi* merupakan suatu kegiatan atau aktivitas dengan membagi sebuah pasar menjadi suatu kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mempunyai kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.<sup>11</sup>

*Segmentasi* pasar merupakan strategi perusahaan yang bertujuan untuk mengetahui dan mengenal pasar dengan kemudian menciptakan produk baru yang sudah sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen tersebut.

*Segmenting* pasar produk wadiah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yaitu lebih menysasar kepada sebuah instansi seperti instansi perusahaan dalam menyalurkan gaji, sekolah dalam bentuk tabungan dan keagamaan seperti masjid dan kegiatan keagamaan serta para keluarga. Segementasi pasar tersebut dilakukan untuk sasaran kepada produk tabungan wadiah.

*Segmentasi* tersebut dilakukan agar proses dalam penghimpunan dana bisa berjalan dengan lancar dan dalam menjalankan kegiatannya dapat lebih teratur serta sumber daya Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 di bidang pemasaran penghimpunan dana (*funding*) khususnya pada produk tabungan wadiah bisa dimanfaatkan dengan efisien dan efektif, serta dapat dialokasikan kepada para calon nasabah. Cara tersebut dilakukan sebagai landasan untuk memastikan sebuah perencanaan guna memasarkan produk yang akan diterapkan agar tujuan dari sebuah strategi pemasaran pada produk wadiah dapat tercapai. Pernyataan tersebut sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Bapak Hadi Suseno

*Bapak Hadi Suseno mengatakan bahwa: "Segmenting di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 ini kami tujukan lebih kepada instansi. Seperti perusahaan, sekolah, masjid, pondok pesantren. Instansi yang kami sudah ajak kerjasama antara lain ada Rumah Sakit Aisiyah, Pondok Pesantren Arwaniyyah. Kami menysasar segmen lokal karna kota Kudus terkenal dengan religiusitasnya.*

---

<sup>11</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Konttemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 201), 384.

*Segmentasi tersebut kami lakukan agar dapat memasarkan produk wadiah dapat terarah dan dengan begini kita dapat mengalokasikan sumber daya Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 kepada calon nasabah secara efektif dan efisien.”<sup>12</sup>*

Apabila proses segmentasi pasar selesai dilakukan, selanjutnya langkah yang dapat dilakukan yaitu dengan menerapkan strategi *targeting* atau pembidikan terhadap pasar sasaran sesuai pilihan yang telah dituju pada saat proses segmentasi pasar.

b. *Targeting*

Pembidikan konsumen yang telah dipilih oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah nasabah yang bersedia dalam menggunakan jasa perbankan berdasarkan dengan prinsip syariah tentang keunggulannya tanpa adanya unsur yang terkait dengan riba.

*Targeting* merupakan tindakan atau cara yang digunakan dalam hal menentukan nasabah mana dan berapa banyak produk yang akan ditawarkan untuk dapat dijual. Dalam tindakan *targeting* terdapat langkah dengan menawarkan produk yang telah disesuaikan sehingga dapat dipertimbangkan dalam kegiatan segmentasi.

Pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menerapkan pelayanan kepada semua segmen pasar, seperti masyarakat umum dan semua lapisan masyarakat dari kalangan atas, menengah dan bawah. Hal ini akan memberikan keuntungan untuk Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yaitu dapat memperoleh nasabah dengan produk tabungan wadiah dengan banyak. Hal tersebut juga telah diungkapkan oleh *Branch Manager* Bapak Hadi Suseno.

*Bapak Hadi Suseno menyampaikan: “target yang kita gunakan atau pilih dalam hal meningkatkan nasabah untuk produk tabungan wadiah tentunya ya kepada calon nasabah yang ingin menggunakan prinsip syariah dalam menitipkan dananya, dengan alasan tersebut mereka akan menggunakan jasa kami*

---

<sup>12</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 3, transkrip.



*tanpa adanya riba dalam proses menghimpun dana”<sup>13</sup>.*

Proses penghimpunan tanpa adanya riba juga merupakan daya tarik tersendiri untuk nasabah menjadikan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Eria Octaviani mengungkapkan bahwa “awal menggunakan tabungan wadiah tertarik karena tidak adanya riba di dalam penghimpunan dananya yang berbeda dengan bank lainnya. Merasa lebih aman dan nyaman karena sudah sesuai dengan syariat Islam sehingga membuka tabungan wadiah”<sup>14</sup>*

c. *Positioning*

*Positioning* merupakan suatu aktivitas untuk memasuki pikiran konsumen, agar sebuah produk dari perusahaan mengandung arti tertentu pada pikiran konsumen, sehingga dapat memberikan sebuah kesan tersendiri mengenai keunggulan dari produk yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.<sup>15</sup>

Dalam hal tersebut, untuk memberikan kesan tersendiri, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memosisikan diri sebagai lembaga keuangan syariah yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat dengan keunggulan yang dimiliki pada identitas dari produk yang mempunyai keunggulan bebas biaya admin, tidak adanya bunga dan mempunyai akad sesuai syariah. Agar tercapainya posisi tersebut maka Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 melakukan upaya dengan cara melayani para nasabah dengan baik secara maksimal, memperkuat kekhasan dari produk tabungan wadiah, mengedepankan kekhasan dari produk tabungan wadiah, menjaga integritas dan menerapkan prinsip-prinsip syariah yang dapat dikembangkan lebih luas lagi dan melakukan kegiatan bersosialisasi guna mempromosikan produk yang gencar dilakukan.

---

<sup>13</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 4, transkrip.

<sup>14</sup> Eria Octaviani, *Nasabah* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 5, transkrip.

<sup>15</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), 173.

Maka dari hal tersebut, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menjadikan posisi citra dari perusahaannya sebagai perbankan syariah tanpa mempunyai unsur riba khususnya pelayanan jasa bank tersebut yang diperuntukkan untuk nasabah yang bersedia menitipkan dananya sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut diungkapkan oleh *Branch Manager* Bapak Hadi Suseno.

*Bapak Hadi Suseno menyampaikan: “didalam lembaga keuangan syariah, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memposisikan diri sebagai perbankan syariah yang mempunyai produk tabungan wadiah dengan ciri khas yaitu tabungan dapat diambil kapanpun nasabah membutuhkannya, bebas biaya administrasi, tidak ada bunga dan sudah mempunyai akad sesuai dengan syariah. Dan untuk dapat mencapai posisi tersebut upaya yang dilakukan dengan melakukan pelayanan dengan maksimal dan mengembangkan nilai-nilai syariah lebih luas lagi”.*<sup>16</sup>

## 2. Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2

Efektivitas merupakan pelaksanaan sebuah kegiatan sebuah organisasi yang diterapkan dengan tujuan agar kegiatan tersebut dapat mencapai hasil yang baik sehingga dapat terlaksana sesuai dengan keputusan yang sudah disepakati sebelumnya.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 mempunyai strategi yang efektif dalam menghimpun dana masyarakat yaitu dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam produk tabungan wadiah, yaitu dengan penerapan starategi 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*).

### a. Strategi *Product* (produk)

Akad yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam produk simpanannya adalah *wadiah yad dhamanah*, yang mempunyai sifat titipan dan dapat disetorkan kapanpun serta dapat ditarik sewaktu-waktu saat nasabah membutuhkan dananya tersebut. Strategi yang diterapkan dalam hal penghimpunan dana produk tabungan wadiah yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Kudus

---

<sup>16</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 6, transkrip.

Ahmad Yani 2 yaitu dengan memperlihatkan kualitas berserta keunggulan produknya yang tidak ada mengandung unsur riba dengan akad yang sudah sesuai dengan syariah dan terdapat keuntungan yang akan diperoleh nasabah yaitu berupa bonus sukarela atau hadiah. Pernyataan tersebut seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Hadi Suseno selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Bapak Hadi Suseno mengungkapkan bahwa: "dalam strategi mengenai produk, kita lebih mengutamakan mutu dan kualitas dari produk tabungan wadiah seperti tanpa adanya riba, tidak ada biaya administrasi di setiap bulan, dapat melakukan setoran dan menikmati fitur-fitur pelayanan seperti kartu ATM, m-banking dan fasilitas lainnya. Selain hal tersebut, kita juga melakukan melalui cara memperkenalkan dan memberitahukan keuntungan apa yang terdapat pada produk wadiah yaitu berupa bonus ataupun hadiah, kita juga menjelaskan tabungan wadiah dapat diambil kapanpun atau sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan nasabah."*<sup>17</sup>

Oleh karena hal tersebut, para *marketing* dapat mengembangkan wawasan dan pemahaman mengenai isi dari produk tabungan wadiah agar masyarakat tertarik dan bergabung dengan menjadi nasabah pada produk tabungan wadiah yang telah dikelola oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

Sedangkan dilihat dari sudut pandang nasabah yang peneliti wawancarai mengungkapkan bahwa merasa senang dan tertarik dikarenakan tabungan wadiah memang tidak dikenakan biaya administrasi setiap bulannya dan bisa menikmati fitur-fitur yang telah disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dengan baik. Hal tersebut disampaikan oleh Nor Cahyati selaku nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Nor Cahyati mengungkapkan bahwa "selama menggunakan tabungan wadiah saya merasa senang dan terbantu apalagi dalam tabungan wadiah tidak terdapat biaya administrasi bulanan dan jumlah saldo*

---

<sup>17</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 7, transkrip.

*tidak terpotong. Selain itu, saya juga mendapatkan fitur-fitur yang sangat membantu saya seperti adanya ATM, M-banking yang selama ini penggunaannya berjalan dengan baik.*<sup>18</sup>

b. Strategi Price (Harga)

Dalam hal persaingan sebuah bisnis, sebuah harga adalah suatu hal yang penting. Untuk menentukan dan menetapkan suatu harga harus dilakukan dengan kompetitif antara bank yang satu dan dengan bank yang lainnya. Dalam hal menentukan harga tidak diperbolehkan menjatuhkan atau merugikan para pesaing seperti mengalahkan atau menjatuhkan harga para pesaing. Dalam hal menentukan harga harus dilakukan dengan matang dan tepat. Mengenai hal tersebut untuk dapat membuka rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 mempunyai saldo minimal pada setoran awal hanya sebesar Rp.100.000,-. Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam hal menetapkan harga yang cukup bersaing pada bank-bank lainnya. Hal tersebut juga telah diungkapkan oleh Bapak Hadi Suseno selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Bapak Hadi Suseseno mengungkapkan “penentuan harga tabungan produk wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani dapat dikatakan bersaing dengan bank-bank lainnya. Para nasabah yang ingin membuka tabungan wadiah dapat melakukan setoran awal saldo minimal hanya Rp.100.000,-”.*<sup>19</sup>

Strategi dalam penentuan harga tersebut berpengaruh terhadap daya tarik nasabah yang akan menggunakan tabungan wadiah, karena dirasa terjangkau dan dapat di dinikmati oleh semua kalangan lapisan masyarakat. Hal tersebut diungkapkan oleh Zeta Pramudita selaku nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Zeta Pramudita mengungkapkan bahwa “dari awal saya menggunakan tabungan wadiah tertarik karena*

---

<sup>18</sup> Nor Cahyati, Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 8, transkrip.

<sup>19</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 9, transkrip.

*tidak adanya biaya administrasi perbulannya, selain itu setoran awal hanya Rp. 100.000 saya rasa terjangkau apalagi untuk kalangan mahasiswa seperti saya yang hanya mempunyai keperluan untuk menabung saja”<sup>20</sup>*

c. Strategi Place (Lokasi)

Tempat merupakan faktor yang menjadi acuan penting dalam melakukan bisnis, dengan lokasi yang strategis maka *profit* yang diperoleh akan semakin besar. Dalam menentukan strategi lokasi, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 secara matang dan terkonsep menentukan lokasi kantornya. Penempatan utama adalah lokasi yang mudah dijangkau dan lingkungan yang ramai aktivitas. Dengan cara tersebut Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dapat lebih kenal dan diketahui keberadaannya oleh masyarakat luas.

Letak kantor Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 sangat strategis, berdekatan dengan pusat kota alun-alun Kudus, berada disamping jalan raya sehingga dapat terlihat jelas dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Menurut pihak bank mengembangkan bisnis usaha di lingkungan tersebut cukup baik karena berdekatan dengan pusat kota, pertokoan dan ruko-ruko, pasar dan pedangang. Dengan keistimewaan lokasinya, masyarakat dapat dengan mudah mengakses dan menjangkau serta mengetahui Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dengan mudah, sehingga dengan strategi lokasi tersebut akan meningkatkan minat dan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah dan adanya kemungkinan masyarakat dapat berminat dalam bermitra dengan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 terlebih untuk pengguna tabungan wadiah.

*Bapak Hadi Suseno mengungkapkan bahwa: “dalam menentukan sebuah tempat Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 sudah mempertimbangkan lokasi yang strategis yaitu dekat dengan pusat kota,*

---

<sup>20</sup> Zeta Pramudita, Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 10, transkrip.



*jalan raya besar, dan akses yang mudah dijangkau oleh masyarakat”<sup>21</sup>*

Mudahnya akses yang dapat dijangkau oleh masyarakat juga dirasakan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 seperti yang diungkapkan oleh Tiara Alma.

*Tiara Alma mengatakan bahwa: “lokasi dari kantor Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 ini dekat dengan alun-alun kota Kudus sehingga mudah untuk ditemukan apalagi berada persis di pinggir jalan raya, salah satu alasan menggunakan tabungan wadiah ya memang saya menghindari riba selain itu kebetulan lokasi kantor yang dekat dengan rumah saya sehingga kalau butuh saya tidak perlu jauh untuk bank.<sup>22</sup>*

d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Tujuan dari sebuah aktivitas promosi adalah memberitahukan atau menginformasikan dari segala jenis produk yang telah dimiliki kepada para calon nasabah dengan tujuan menarik minat untuk bergabung dan menggunakan produk tersebut. Dalam menghadapi roda persaingan, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 melakukan hal yang sama dengan bank lainnya dengan menyusun sebuah strategi promosi. Strategi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam memasarkan produk tabungan wadiah yaitu, *advertising* (periklanan) dan *sales promotion* (promosi penjualan). Hal tersebut seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Hadi Suseno selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Bapak Hadi Suseno mengungkapkan:”strategi promosi kita lakukan dengan cara periklanan (advertising), promosi sales (sales promotion)” hal tersebut seperti menyebar brosur atau spanduk.<sup>23</sup>*

1) *Advertising* (Periklanan)

Strategi periklanan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 digunakan

---

<sup>21</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 11, transkrip.

<sup>22</sup> Tiara Alma, Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 12, transkrip.

<sup>23</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 13, transkrip.

untuk mempromosikan produk tabungan wadiah yang dapat berupa iklan yaitu dengan cara peyebaran brosur, pemasangan sapanduk dan iklan di layanan media online. Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 melakukan periklanan dan juga memasang beberapa spanduk pada tempat-tempat yang strategis ditengah keramaian atau tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat, seperti pinggir jalan raya dan pusat kota. Strategi tersebut digunakan sehingga dapat membatasi pembiayaan mengenai kegiatan pemasaran.

Adapun strategi periklanan tersebut seperti yang telah disampaikan Bapak Hadi Suseno selaku *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

*Bapak Hadi Suseno mengungkapkan: “dalam melakukan stretegi periklanan kita melakukan promosi melalui media online dan selain itu kita memasang spanduk yang kita pasang di tempat yang dapat dikatakan strategis. Hal tersebut kita lakukan untuk meminimalisir terhadap kegiatan pemasaran.”<sup>24</sup>*

Selain itu, periklanan dalam konten media sosial juga mempunyai andil dalam penyebarannya menarik untuk para calon nasabah menggunakan tabungan wadiah, hal tersebut diungkapkan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 Yulia Nurul Fitriani.

*Yulia Nurul Fitriani mengatakan bahwa:”saya mengetahui awal mengenai produk tabungan wadiah sebenarnya iseng saat berselancar di media sosial da nada iklan tentang tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia, setelah itu saya tertarik dan mencari tahu mengenai tabungan wadiah.”<sup>25</sup>*

---

<sup>24</sup> Hadi Suseno, *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 14, transkrip.

<sup>25</sup> Yulia Nurul Fitriani, Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 15, transkrip.

2) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Dalam hal sebagai promosi untuk penjualan, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 juga menggunakan media brosur yang sudah disediakan untuk dibagikan kepada para nasabah yang berkunjung ke bank, serta digunakan oleh marketing dalam melakukan aktivitas transaksi langsung diluar bank. Hal tersebut seperti yang telah disampaikan oleh Bapak Hadi Suseno.

*Bapak Hadi Suseno menyampaikan bahwa: "untuk promosi penjualan kita melaukan dengan menyediakan dan menyebar brosur yang mempunyai keterangan dan iklan yang menarik mengenai produk tabungan tersebut. selain itu para marketing juga memberikan brosur dan penawaran di suatu tempat tertentu yang kita ingin kunjungi untuk dilakukan prospek"*<sup>26</sup>

3. **Kendala dan Solusi Penghimpunan Dana Produk Tabungan Wadiah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.**

Kendala dalam sebuah proses kegiatan operasional penghimpunan dana pasti ditemukan oleh sejumlah lembaga keuangan. Sejumlah data yang penulis terima dari informan baik yang penulis terima melalui observasi dan wawancara dengan Ibu Novie Nur Heryani selaku *Staff Marketing* dan nasabah tabungan tersebut, dapat memaparkan tentang beberapa kendala Bank Syariah Indonesia dalam produk tabungan wadiah. Beliau menyampaikan:

*"kendala pada produk tabungan dengan akad wadiah sejauh ini tidak begitu ada masalah, hal tersebut karena tabungan wadiah sendiri sifatnya hanya titipan saja. Lebih kepada kurangnya pegetahuan dan mengenalnya masyarakat mengenai tabungan dengan akad wadiah tersebut."*<sup>27</sup>

Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 tidak mengalami kendala dalam penghimpunan dana terhadap akad wadiah karena akad wadiah mempunyai sifat sebagai titipan. Sedangkan untuk

---

<sup>26</sup> Hadi Suseno *Branch Manager* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 16, transkrip.

<sup>27</sup> Novie Nur Heryani *Staff Marketing* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 17, transkrip.

permasalahan yang telah diungkapkan yaitu mengenai kurang mengenalnya masyarakat awam mengenai produk tabungan wadiah.

Pada wawancara tersebut, peneliti juga menanyakan terkait dengan solusi terhadap permasalahan yang terjadi di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 mengenai menghimpun dana pada produk tabungan wadiah kepada *Staff Marketing* yaitu Ibu Novie Nur Heryani menyampaikan:

*“terkait hal tersebut selaku pihak bank melakukan edukasi kepada masyarakat dengan masuk melalui seminar perbankan dimasyarakat dan lebih menjelaskan tentang bagaimana produk dari tabungan wadiah itu, terlebih kota Kudus sangat kental dengan keagamaannya”<sup>28</sup>*

Dari penjelasan diatas tersebut, bahwa solusi yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah dengan melakukan sosialisasi kepada masyarakat dengan mengadakan atau bekerja sama dngan lembaga lain untuk melakukan kegiatan seminar dalam hal mengedukasi masyarakat terkait produk tabungan wadiah tersebut.

### C. Analisis Data Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan analisis mengenai strategi dan efektivitas penghimpunan produk tabungan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Analisis ini bersifat kualitatif dengan menggunakan perbandingan teori dan perbandingan yang terjadi di lapangan atau sesuai yang terjadi sebenarnya. Dalam analisis ini akan menguraikan beberapa analisis, meliputi:

#### 1. Analisis Strategi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam Menghimpun Dana pada Produk Tabungan Wadiah

Perkembangan pada zaman modern ini mempengaruhi perubahan yang terjadi pada masyarakat, persoalan terkait ekonomi syariah pun ikut berkembang dalam hal upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu dari perubahan tersebut adalah perkembangan dari lembaga keuangan syariah salah satunya adalah perbankan syariah yang dapat dijadikan alternatif guna mengatasi kebutuhan masyarakat terkait dengan ekonomi dengan menggunakan unsur-unsur akad yang sesuai

---

<sup>28</sup> Novie Nur Heryani *Staff Marketing* Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, wawancara oleh penulis, 20 Juli, 2022, wawancara 18, transkrip.

dengan prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah dan satuan usaha syariah dengan meliputi aktivitas dalam usaha, serta cara dan proses dalam melakukan aktivitas operasionalnya.<sup>29</sup>

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan syariah yaitu Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Dalam melaksanakan kegiatan usahanya sebagai perusahaan yang mempunyai gerak pada bidang keuangan syariah, oleh sebab itu diperlukan sebuah analisis tentang strategi pemasaran dalam menghimpun dana dari masyarakat. Analisis strategi diperlukan agar suatu tujuan pemasaran dapat tercapai dan bertambahnya jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

Dalam meningkatkan jumlah nasabah sangat diperlukan adanya sebuah strategi pemasaran. Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 telah menyusun sebuah strategi pada produk tabungan wadiah melalui perumusan suatu cara untuk menerapkan dan memilih pasar sasaran dengan menggunakan beberapa strategi STP diantaranya adalah (*segmentasi, targeting dan positioning*).

#### a. *Segmentasi*

*Segmentasi* merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda dengan memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.<sup>30</sup>

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dalam melakukan segmenting terhadap penghimpunan dana tabungan wadiah bersegmen terhadap wiraswasta, keluarga dan juga instansi. Strategi segmenting ini dilakukan dengan berdasarkan keputusan yang diambil oleh pusat yang kemudian dikembangkan dengan keadaan lokal dalam menyasar pasar. Segmentasi pasar tersebut dilakukan bertujuan guna agar kegiatan dalam memasarkan produk tabungan wadiah dalam menghimpun dana dari masyarakat dapat berjalan secara terarah dan teratur. Dalam bidang pemasaran terlebih dalam penghimpunan dana (*funding*)

---

<sup>29</sup> Abu Muhammad Dwiono, *Ayo ke Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Ishlul Ummah, 2013), 5.

<sup>30</sup> Gumelar Ardiansyah, "Pengertian Segementasi Pasar," diakses pada 31 Juli, 2022. <https://guruakuntansi.co.id/segmentasi-pasar>.



sumber daya pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dapat bekerja secara efektif dan efisien dikarenakan adanya segmentasi pasar tersebut. Maka dari hal tersebut, segmentasi dilakukan agar sumber daya yang telah dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dapat dialokasikan dengan tepat kepada para calon nasabah. Aktivitas tersebut digunakan agar suatu tujuan yang ingin dicapai dapat berhasil dan dapat dijadikan landasan dalam menentukan strategi pemasaran yang dilakukan.

Hal tersebut juga sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Ali Hasan yang menyatakan bahwa segmentasi mempunyai beberapa kegunaan dan keuntungan dalam penerapannya antara lain yaitu dapat memungkinkan perusahaan agar dapat lebih terarah dalam mengalokasikan sumberdaya nya sehingga dapat menjadikan perusahaan melakukan pelayanan terhadap segmen tersebut dengan baik dan menjadikan perusahaan mempunyai keunggulan yang kompetitif dengan penerapan segmen tersebut.<sup>31</sup>

b. *Targeting*

Setelah proses segmentasi selesai dilakukan, maka proses yang selanjutnya adalah *targeting*. Dalam hal ini *targeting* atau pembidikan digunakan untuk menarget pasar sasaran sesuai dengan pilihan yang telah ditentukan dalam proses segmentasi. *Targeting* pasar dapat disebut juga dengan sebuah proses untuk mengkaji setiap daya tarik segmen kemudian memilih satu atau lebih karakteristik untuk dilayani.<sup>32</sup> Dalam menetapkan target pasar, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 tidak mempunyai target khusus segmen yang akan dijadikan sebagai targetnya.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani menargetkan pasar sasarannya untuk memasarkan produknya pada tabungan wadiah yaitu dengan memberikan pelayanan terhadap semua segmen pasar, yaitu masyarakat umum baik yang berasal dari kalangan atas, menengah ataupun bawah. Tetapi penargetan tersebut digunakan terhadap para nasabah atau calon nasabah yang bersedia melakukan penyimpanan dananya berdasarkan prinsip syariah tanpa adanya riba.

---

<sup>31</sup> Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressind, 2008) 170.

<sup>32</sup> Aasyakari, "Apa Yang Dimaksud dengan Targeting dalam Pemasaran?," diakses pada 31 Juli, 2022. <https://www.ookji.my.id/2020/01/apa-yang-dimaksud-dengan-targeting.html?m=1>.

Dalam hal ini, target pasar yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 cukup bagus, karena dengan hal tersebut bank dapat melayani masyarakat dari segala sektor kalangan masyarakat.

Pernyataan tersebut dilakukan dengan tujuan agar memperoleh keuntungan pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yaitu dapat untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah.

c. *Positioning*

Untuk membuat agar produk dapat menjadikan kesan tersendiri dan membuat produk mudah diingat oleh masyarakat, maka diperlukan adanya strategi positioning. Aktivitas atau kegiatan ini disusun agar dapat diapresiasi lebih unggul daripada pesaing lainnya. Dalam hal tersebut, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memposisikan diri sebagai lembaga keuangan syariah dengan memiliki kelebihan pada identitas atau khas dari produknya.

Oleh karena itu, agar posisi tersebut dapat tercapai, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memperkuat kekhasan dari produk tabungan wadiah, meningkatkan pelayanan nasabah secara optimal, mengutamakan penghimpunan dana nasabah, menjaga integritas dan melakukan kegiatan promosi serta sosialisasi dengan masyarakat yang terus-menerus dilakukan dengan menerapkan nilai-nilai syariah yang telah dikembangkan

**2. Analisis Efektivitas Penghimpunan Dana Produk Tabungan Wadiah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2**

Efektivitas merupakan pelaksanaan dari kegiatan sebuah organisasi yang dilakukan bertujuan agar kegiatan tersebut mempunyai hasil yang baik sehingga dapat terlaksana dengan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memiliki strategi yang efektif mengenai menghimpun dana masyarakat. Adapun efektivitas penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah adalah menggunakan strategi *marketing mix* atau disebut dengan bauran pemasaran berupa strategi 4P (*Product, Price, Place and Promotion*).

a. Strategi *Product* (Produk)

Produk merupakan sebuah benda yang dapat ditawarkan ke pasar dalam penggunaan, pemakaian,

perhatian atau perolehan yang diinginkan atau dibutuhkan dalam hal untuk memuaskan diri.<sup>33</sup>

Dalam strategi produk yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah dengan mengutamakan mutu terhadap suatu produk dan keunggulan yang dimiliki oleh produk tabungan wadiah tersebut. Akad yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah akad wadiah yad dhamanah yang mempunyai arti simpanan berbentuk tabungan yang hanya bersifat titipan sehingga dapat disetorkan atau diambil sewaktu-waktu. Ada cara lain yang digunakan dalam penerapan strategi produk ini dengan cara menginformasikan dan memperkenalkan kepada para calon nasabah atau nasabah terkait dengan keuntungan yang dimiliki oleh tabungan wadiah tersebut.

Para marketing juga telah mengembangkan wawasan dan pemahamannya terkait dari seluk beluk tabungan wadiah dengan tujuan agar masyarakat semakin yakin dan percaya untuk bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Melakukan pelayanan dengan baik dan maksimal juga telah diupayakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 serta produk yang telah dikeluarkan sesuai dengan yang diinginkan oleh masyarakat. Dengan demikian, masyarakat akan menjadi tertarik dan bergabung dalam hal menggunakan produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2.

b. Strategi *Price* (Harga)

Strategi harga dalam dunia bisnis mempunyai peran yang penting dalam hal menentukan harga. Hal tersebut seperti besarnya jasa yang dibayar atas pemanfaatan produk dan jasa yang digunakan dan harga yang sesuai dengan manfaat yang telah diberikan. Ketepatan dalam menentukan harga pada sebuah produk harus dipikirkan oleh setiap bank yang bertujuan agar masyarakat dapat tertarik menggunakan produk yang telah dimiliki oleh bank tersebut. penentuan harga jasa dan produknya, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menetapkan harga yang cukup bersaing. Untuk dapat membuka rekening tabungan disetoran

---

<sup>33</sup> R. Ajeng Entaresmen, "Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X," *Jurnal Management dan Pemasaran Jasa* 9, no.1 (2016): 63.

awal hanya Rp.100.000.-,. Selain itu hal yang membuat istimewa lainnya dalam penerapan strategi harga ini yaitu Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menawarkan tanpa adanya biaya administrasi, dalam artian saldo dari para nasabah setiap bulan tidak akan berkurang. Strategi harga tersebut juga menjadi alasan banyaknya para nasabah yang tertarik dalam menggunakan produk tabungan wadiah.

c. Strategi *Place*

Dalam hal menentukan suatu tempat atau lokasi, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 telah mempertimbangkan secara matang perihal mendirikan kantornya tersebut. Penempatan utama yang dituju adalah lokasi yang dapat mudah diakses dan dijangkau oleh masyarakat serta lingkungan yang ramai atau dekat dengan titik kumpul masyarakat.

Dalam hal tersebut, lokasi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 cukup representatif karena berada berdekatan dengan titik kumpul masyarakat yaitu alun-alun, pertokoan, ruko-ruko, pasar dan pedagang, lokasi tersebut berada di Jl.Jend.Ahmad Yani No.23 Krajan Panjuran Kabupaten Kudus. Tempat lokasi tersebut berada persis di pinggir jalan raya, sehingga dapat diketahui keberadaannya dengan jelas oleh masyarakat ditambah dengan lingkungan yang baik dalam hal mengembangkan bisnis usaha karena berada dekat dengan sektor-sektor pendorong ekonomi masyarakat seperti supermarket, pertokoan dan ruko-ruko yang lain.

Keadaan faktor lokasi tersebut dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam mengetahui dan menggunakan produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yang sejalan dengan teori yang telah diungkapkan Kasmir bahwa lokasi merupakan tempat yang digunakan untuk melayani konsumen dan pertimbangan dalam menentukan lokasi dapat berdasarkan jenis usaha atau berdekatan dengan segmen atau pasar serta ditunjang oleh kemudahan akses dalam sarana dan prasarana sehingga dapat menguntungkan perusahaan dan mempunyai potensi pasar yang besar.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 157.

d. Strategi *Promotion*

Strategi promosi merupakan kegiatan yang ditujukan dalam hal mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi mengerti dan mengenal tentang produk yang telah ditawarkan oleh masyarakat oleh perusahaan kepada mereka sehingga konsumen menyukai dan membeli produk tersebut.<sup>35</sup>

Untuk mempromosikan produk tabungan wadiah Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 terkait memasarkan produknya melalui: *advertising* (periklanan) dan *sales promotion* (promosi penjualan).

1) *Advertising*

Terkait melakukan kegiatan periklanan, Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 memasang iklan tentang produknya dengan media sosial dan melakukan pemasangan banner atau spanduk yang dipasang hanya pada tempat-tempat tertentu, misalnya dengan membuat konten pada media sosial dan memasang spanduk atau banner pada tempat masyarakat umum yang banyak dikunjungi. Dengan cara tersebut, dapat digunakan untuk menarik minat para masyarakat yang belum mengetahui dan mengenal akan produk tabungan wadiah.

2) *Sales Promotion*

Promosi penjualan terhadap produk tabungan wadiah juga telah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 yang bertujuan agar produk tabungan wadiah dapat semakin dikenal oleh masyarakat. Promosi penjualan yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah dengan menyebarkan brosur. Penyebaran brosur dibagikan kepada nasabah saat berkunjung ke bank serta digunakan oleh para marketing dalam melakukan kegiatan prospek pada suatu tempat yang akan bermitra dengan Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Bentuk brosur yang telah dibuat oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 menampilkan desain yang bagus yang digunakan untuk menarik para calon nasabah dengan menampilkan tata warna dalam penyusunan layout, kalimat

---

<sup>35</sup> Siti Aminah, "Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan," *Jurnal Lentera Kajian Keagamaan, Kelimuan dan Teknologi* 13, no 1 (2015). 56.



serta desain grafis yang menarik sehingga menimbulkan kesan dan menarik untuk dibaca. Sedangkan dalam isi brosur tersebut menyajikan mengenai macam-macam produk, persyaratan, keutamaan dan juga keuntungan pada produk tersebut.

Promosi penjualan dengan cara penyebaran brosur tersebut dilakukan guna memudahkan terkait pengenalan produk dan menjadikan mudahnya para calon nasabah untuk mengetahui terkait produk yang akan dipilih sesuai dengan kebutuhannya. Strategi tersebut cukup efektif bagi Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, karena penyebaran brosur dapat meningkatkan dan cukup berperan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan dari hasil pemaparan beberapa poin diatas mengenai analisis strategi dan efektivitas terhadap penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 dari sisi sudut pandang nasabah yang hanya mengetahui secara global akan penerapan dari strategi yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2, selain itu tingginya minat nasabah dalam melakukan penghimpunan dana dengan tertarik pada produk tabungan wadiah dikarenakan adanya penawaran keunggulan produk yang tidak mengandung unsur riba dalam pengaplikasiannya.

### **3. Analisis Kendala dan Solusi Penghimpunan Dana Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2**

Sejauh ini penghimpunan dana pada produk tabungan wadiah yang telah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 belum ada kendala yang signifikan, hanya saja kendala mengenai kurangnya wawasan dan mengenalnya masyarakat terkait produk tabungan wadiah yang belum merata menjadikan menjadi tugas dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2. Dengan adanya kendala diatas, langkah yang diambil oleh Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2 adalah melakukan edukasi dan menambah wawasan pengetahuan kepada masyarakat terkait produk tabungan wadiah dengan mengadakan seminar atau pertemuan yang juga bekerja sama dengan instansi lain agar cakupan masyarakat dapat lebih luas dalam mengenal produk perbankan syariah.