

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Objek Penelitian**

##### **1. Profil Bank Syariah Indonesia (Ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru**

Bank Negara Indonesia merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan yang didirikan pada tanggal 05 Juli 1946 sebagai bank pertama yang resmi dimiliki Negara Republik Indonesia. Seiring dengan bertambahnya usia bank BNI yang memasuki 67 tahun, Bank BNI tetap teguh berdiri dan siap bersaing dalam dunia perbankan yang semakin kompetitif. BNI juga turut melayani keperluan transaksi perbankan bagi masyarakat umum dengan berbagai segmentasinya tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan saja, BNI terus memperluas perannya mulai dari Bank Terapung, Bani Sarinah (bank khusus perempuan) sampai dengan bank untuk anak-anak.

Bank Negara Indonesia merupakan bank pertama yang dimiliki oleh pemerintah Indonesia sejak tahun 1946. Nama bank Indonesia resmi digunakan mulai akhir tahun 1968 sejalan dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan. Semakin tahun BNI selalu memperlihatkan kapasitasnya dalam dunia perbankan dan kepercayaan masyarakat yang mulai tersadar dalam menentukan bank Negara Indonesia sebagai pilihan untuk menyimpan segala kekayaan yang terpercaya.

Memperhatikan permintaan akan perbankan dengan prinsip syariah yang mulai bertambah pada akhirnya Bank Negara Indonesia mulai membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yaitu

menyediakan jasa layanan perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah sekaligus.

Tempaan kritis moneter tahun 1997 menunjukkan kekuatan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan, dan maslahat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berdasarkan pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, BNI Syariah mempraktikkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah sebagai berikut :

- a. Pendirian Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Jepara, Pekalongan dan Banjarmasin pada tanggal 29 April kemudian UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.
- b. Bank Negara Indonesia syariah membuka kembali cabang 5 kantor cabang syariah yang diutamakan ke kota-kota besar yang ada di Indonesia, yaitu Jakarta 2 cabang, Bandung, Makasar da Padang pada Tahun 2001.
- c. Pada tahun 2002 BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru yang ada di Medan dan Palembang seiring dengan banyaknya permintaan masyarakat dan dengan pesatnya perkembangan bisnis.
- d. BNI Syariah melangsungkan relokasi kantor cabang syariah dijepara ke Semarang dengan memperhatikan lood bisnis yang semakin meningkat dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat pada awal tahun 2003.
- e. BNI Syariah mulai membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan di Surabaya pada bulan Agustus dan September 2004. Layanan ini di diberikan untuk individu yang memerlukan layanan perbankan yang lebih personal dengan suasana yang nyaman.

- f. BNI Syariah membuka cabang pembantu di Banjarbaru pada tahun 2005 dan setiap tahunnya BNI Syariah mengalami peningkatan yang pesat, kemudian direkomendasikan menjadi BNI Syariah Kantor Cabang pada tahun 2012.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 tentang pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditentukan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilaksanakan spin off tahun 2009. Rencana tersebut dilakukan pada tanggal 19 Juni 2010 dengan mulai berjalannya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 kantor cabang pada bulan Juli 2014, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 20 Payment Point dan 22 Mobil Layanan Gerak. Selain itu nasabah juga bisa menggunakan layanan syariah di Kantor cabang BNI Syariah Konvensional (office channeling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang terpencar diseluruh wilayah di Indonesia. (Yunie & Pertiwi, 2021)

Keberadaan dunia perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Semangat untuk melaksanakan percepatan juga tergambar dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Terobosan produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan memperlihatkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Tidak terkecuali dengan bank Syariah yang dimiliki bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Sejarah bergabungnya bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu intensitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) bertepatan dengan 19 Jumadil akhir 1442 H atau pada tanggal 01 februari 2021.

Penggabungan ini bertujuan untuk menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga dapat menampilkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas,

serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui kementerian BMUN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Dengan menggabungkan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan bank syariah kebanggaan bagi umat muslim, yang diharapkan dapat menjadi energi baru pembentukan ekonomi nasional serta dapat berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan bank syariah Indonesia juga menjadi gambaran wajah baru perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Ramatan Lil'Alamin).  
([www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id))

#### **a. Visi dan Misi**

##### 1) Visi

Visi bank Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru “Menjadi bank syariah pilihan Masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”

##### 2) Misi

- a) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- b) Memberikan solusi kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- c) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- d) Menciptakan sarana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai pelaksanaan ibadah.
- e) Menjadi acuan tata kelola yang amanah (Bank Syariah Indonesia)

#### **b. Tata Nilai dan Budaya**

Dalam menjalankan kewajiban yang berpijak pada dasar hukum syariah yaitu Al-Qur'an dan Hadis, seluruh individu Bank Syariah Indonesia juga memiliki tata nilai yang menjadi panduan dalam setiap perilakunya.

Tata nilai ini digunakan dalam budaya kerja Bank Syariah Indonesia, yaitu :

1) Amanah

Amanah adalah salah satu sifat wajib Rasulullah SAW yang secara harfiah berarti “dapat dipercaya”. Dalam budaya kerja Bank Syariah Indonesia, amanah didefinisikan sebagai “Menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal”. Nilai Amanah ini berkaca dalam perilaku utama individu Bank Syariah Indonesia:

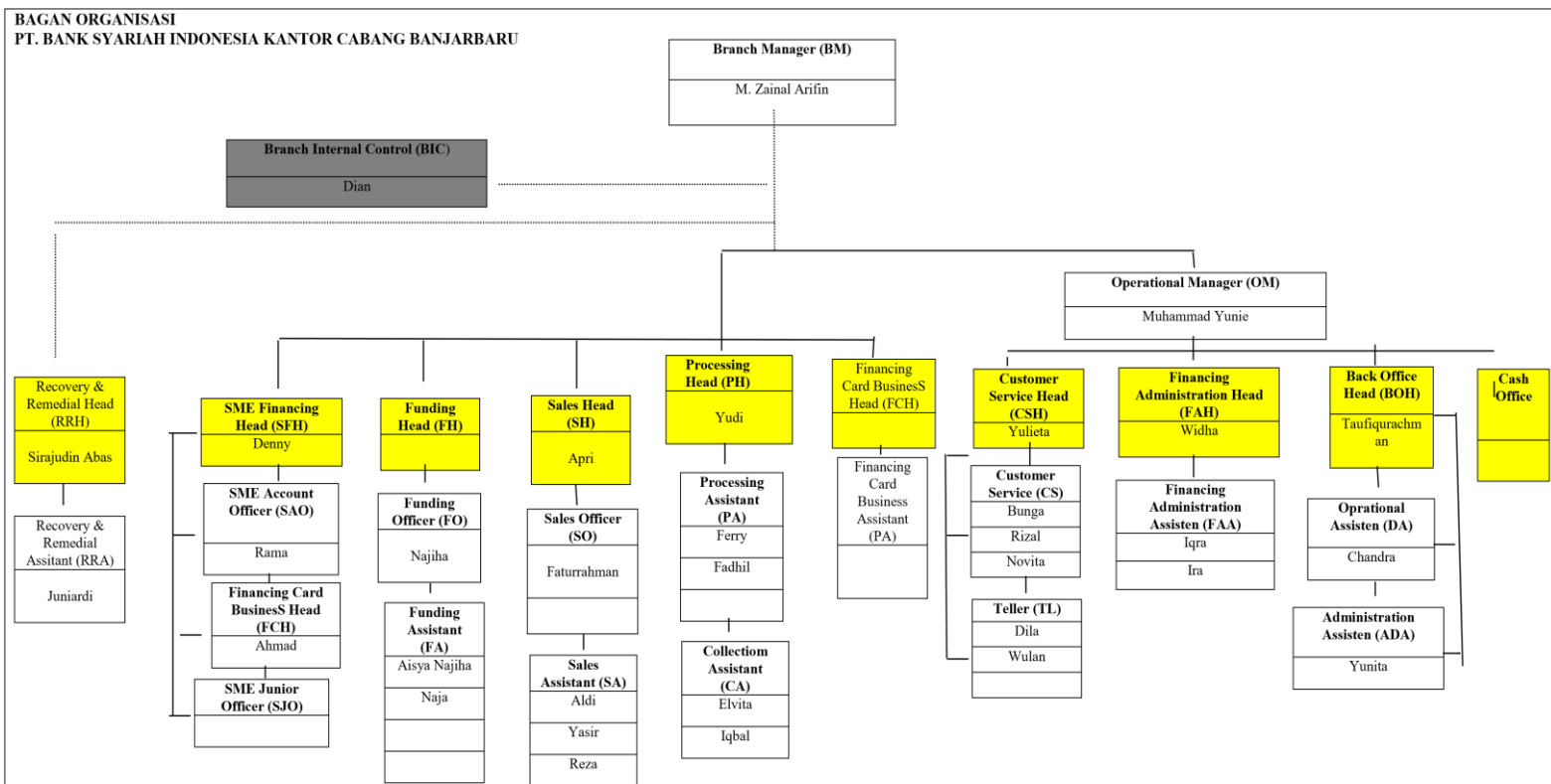
- a) Profesional dalam menjalankan tugas.
- b) Memegang konsiten komitmen dan bertanggungjawab.
- c) Jujur, adil, dan dapat dipercaya.
- d) Menjadi contoh yang baik bagi lingkungan.

2) Jamaah

Jamaah adalah perilaku kerukunan umat islam dalam melaksanakan segala sesuatu yang bersifat ibadah dengan mementingkan kebersmaan dalam suatu pengawasan kepemimpinan. Dalam budaya kerja Bank Syariah Indonesia, jamaah didefinisikan sebagai ‘Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban.’ Budaya ini dijabarkan dalam keprinadian pokok.

- a) Bekerja sama secara rasional dan sistematis.
- b) Saling meningkatkan dengan santun.
- c) Bekerjasama dalam kepemimpinan secara efektif.

### c. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru

Sumber : Dokumen PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

### d. Job Description Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC

#### Banjarbaru

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dapat dijelaskan masing-masing tugas dan tanggung jawab atau deskripsi jabatan PT Bank Syariah indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru sebagai berikut :

#### 1) Sub branch manager

##### Tugas

Memonitor, mengendalikan dan merencanakan implementasi strategi bisnis cabang pembantu untuk pencapaian profitabilitas cabang, standar operasional, layanan dan aktivitas terkait pengelolaan SDM dalam rangka mendukung

pencapaian target. Selain itu Sub Branch Manager juga merencanakan strategi efisiensi biaya operasional Kantor Cabang Pembantu untuk mendorong peningkatan pendapatan outlet serta merencanakan dan memonitor pelaksanaan strategi penagihan dan penyelamatan pembiayaan bermasalah dalam rangka mengoptimalkan laba operasional.

2) *Operational and Service Head*

Tugas :

Memonitor seluruh aktivitas layanan di Cabang Pembantu baik terkait transaksi keuangan dan non keuangan maupun terkait pengenalan produk dan penyelesaian complain. Membantu pelaksanaan penjualan seluruh produk kepada nasabah, memantau pelaporan terkait data nasabah dan aktivitas layanan, memastikan keakuratan data, memonitor pemeriksaan surat, memantau proses permohonan pembiayaan lainnya serta memantau kegiatan lainnya yang bersangkutan dengan Bank BNI Syariah.

3) *Customer service*

Tugas :

Memberikan informasi mengenai produk dan jasa yang ada di bank, membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah, melakukan penanganan terhadap setiap keluhan nasabah. Memonitor pencatatan dan pemeliharaan dokumen baik berupa pembukaan atau penutupan rekening, memantau verifikasi dan validitas data nasabah serta mereview dokumen nasabah dan menjalankan prinsip APU dan PPT dalam bertransaksi.

4) *Teller*

Tugas :

Memantau, mengawasi, memonitor seluruh aktivitas transaksi baik itu pembukaan rekening, pembukaan pembiayaan, penutupan rekening/cek/tabungan/deposito, pengendalian dan pengawasan serta bertanggung jawab terhadap pelayanan transaksi kas/tunai pemindahan rekening, kliring, RTGS serta transaksi keuangan dalam dan luar negeri kepada nasabah sebanding dengan standar layanan yang ditentukan. Membantu, menangani dan memberikan solusi bagi nasabah yang ingin bertransaksi di perbankan dan menerapkan prinsip APU dan PPT dalam betransaksi.

#### 5) *Funding Sales*

Tugas :

- a) Melaksanakan kegiatan penjualan produk dana dan layanan transactional untuk mendukung pencapaian target DPK & CASA.
- b) Melakukan pembimbingan hubungan bisnis untuk menunjang *cross/up selling* produk-produk BNI Syariah lainnya kepada nasabah existing.
- c) Melakukan pembinaan koneksi, dan koordinasi atas aktivitas pemasaran dana oleh SCO dalam rangka mendukung perolehan tujuan bisnis cabang BNI Syariah.

#### 6) *Customer Sales*

Tugas :

Melaksanakan, melakukan, memproses dan melakukan *cross/up selling* kepada nasabah existing, khususnya nasabah institusi dan kerjasama lembaga dalam rangka mendukung pencapaian target bisnis, Penjualan produk, promosi, penjualan card, dan memproses verifikasi awal permohonan pembiayaan kartu untuk memastikan kapasitas dan kualitas pembiayaan kartu.



7) Pengemudi/*Driver*

Tugas :

- a) Mengemudikan dan menjaga kendaraan bank
- b) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
- c) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.

## 8) Satuan pengaman

Tugas :

- a) Melakukan penjagaan gedung dan seluruh isinya serta bertanggungjawab pada keamanan bank.
- b) Bertanggung jawab kepada kepala bagian utama dan personalia, serta melaksanakan tugas-tugas yang diberikan.

**e. Produk Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru**

**1) Produk Tabungan**

- a) Tabungan iB Haji Hasanah

Merupakan tabungan yang menerapkan prinsip *mudharabah muthlaqah* yang didesain untuk membantu individu dalam merencanakan pemenuhan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji.

- b) Tabungan iB Hasanah

Tabungan ini merupakan tabungan transaksional yang dilengkapi dengan kartu ATM atau debit dan ditunjang dengan *e-banking* seperti sms banking, internet banking, dan phone banking untuk keperluan sehari-hari. Dapat digunakan untuk mahasiswa dan *community card*.

- c) Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan ini direncanakan untuk nasabah atau masyarakat yang membutuhkan fasilitas yang lebih serta dilengkapi dengan asuransi jiwa dan fasilitas *executive lounge* di bandara kota besar di Indonesia. Tabungan ini menggunakan prinsip mudharabah.

d) Tabungan iB Tapenas Hasanah

Adalah tabungan berjangka yang dijalankan berdasarkan prinsip *mudharabah*, serta direncanakan untuk membantu persiapan masa depan bagi nasabah yang memberikan fasilitas asuransi jiwa bebas premi. Dapat digunakan sebagai tabungan perencanaan untuk umroh, liburan hingga pendidikan.

e) Tabungan iB Bisnis Hasanah

Adalah tabungan yang menerapkan prinsip mudharabah dengan mutasi rekening yang lebih terperinci atau detail dalam buku tabungan serta dilengkapi dengan kartu ATM Gold dan fasilitas *executive lounge* untuk usaha kecil atau perorangan.

f) TabunganKu iB.

Adalah tabungan nasional dengan prinsip *wadiah* dan merupakan program pemerintah bekerja sama dengan seluruh bank untuk menumbuhkan budaya menabung masyarakat.

g) Giro iB Hasanah

Adalah tabungan transaksional yang dijalankan dengan akad *wadiah* dan mendapat fasilitas berupa cek atau bilyet giro untuk membantu bisnis usaha kecil atau perorangan.

h) Deposito iB Hasanah

Merupakan investasi yang berjangka di dalam mata uang rupiah atau dollar yang dikelola dengan prinsip *mudharabah*.

i) iBTunas Hasanah

Adalah tabungan yang menggunakan akad *Wadiah* yang ditujukan untuk anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah 17 Tahun. Tabungan ini juga mendapatkan fasilitas kartu ATM atas nama anak dengan SMS notifikasi ke orang tua.

**2) Produk pembiayaan**

a) iB Card Hasanah

Adalah kartu pembiayaan yang memiliki fungsi seperti kartu kredit yang menerapkan prinsip syariah yaitu dengan system biaya bersifat fix, adil, transparan, dan kompetitif, tanpa adanya bunga. iB Hasanah Card tidak hanya dipakai untuk aktivitas konsumtif saja tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk keperluan menunaikan ibadah umroh, pendidikan, dan kegiatan usaha.

b) Pembiayaan Griya iB Hasanah

Pembiayaan Griya iBHasanah menerapkan akad *murabahah* yaitu jual beli, untuk membangun, merenovasi ataupun membeli kavling yang siap bangun (KSB) yang memudahkan nasabah mengelola keuangannya dengan system angsuran yang tetap hingga akhir pembiayaan.

c) *Rahn* Emas iB Hasanah.

*Rahn* Emas iBHasanah disebut juga pembiayaan *rahn*, adalah pembiayaan bagi nasabah yang kekurangan dana dan membutuhkan dana dalam waktu yang cepat dengan system pinjaman yang menjaminkan emas didukung dengan administrasi serta proses yang cepat dan mudah.

d) Multiguna iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi karyawan perusahaan/lembaga/instansi atau professional dengan menggunakan akad *murabahah* untuk kepemilikan barang yang berupa fixed asset.

e) Fleksi iB Hasanah

Fleksi iB Hasanah adalah Fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/perusahaan/karyawan/lembaga/instansi atau masyarakat dengan fixed income, yang diberikan berdasarkan akad *murabahah* (jual beli) untuk pembelian suatu barang serta dengan akad *ijarah* (sewa) untuk penggunaan jasa, misalnya pengurusan biaya pendidikan perjalanan ibadah umroh, traveling, pernikahan dan lain-lain.

f) CCF iB Hasanah

Pembiayaan yang dijamin dengan simpanan dalam bentuk deposito, giro atau tabungan BNI Syariah

g) Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad *murabahah*, *musyarakah* atau *mudharabah* yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha produktif (modal kerja dan investasi) bagi UKM (Usaha Kecil dan Menengah) sesuai dengan syariah.

h) Oto iB Hasanah

Oto iB Hasanah adalah produk pembiayaan yang memberikan fasilitas pembiayaan konsumtif untuk karyawan atau pegawai suatu Perusahaan atau Lembaga atau Instansi untuk pembelian barang dan pengguna jasa sesuai Syariah Islam dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun.

### 3) Produk Layanan Pembiayaan Mikro Bank Syariah Indonesia

#### a) BSI Mikro 2 iB Hasanah

Adalah produk pembiayaan mikro yang dimiliki BSI syariah yang menawarkan solusi keperluan pembiayaan untuk mencukupi kebutuhan modal kerja, investasi dan konsumtif dengan plafond pembiayaan Rp. 5 Juta s/d Rp. 50 Juta.

#### b) BSI Mikro 3 iB Hasanah

Adalah produk pembiayaan mikro BNI Syariah yang memberikan solusi keperluan pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja, investasi, dan konsumtif dengan plafond lebih daro Rp. 50 Juta s/d Rp. 500 Juta.

## 2. Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

### a. Definisi

Produk tabungan haji adalah tabungan perencanaan yang berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad *Wadiah* dan *Mudharabah*. Tabungan haji dapat membantu masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji sesuai dengan prinsip syariah, tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah mendaftar di Siskohat (mendapat porsi).

### b. Keunggulan

- 1) Tanpa Biaya Bulanan
- 2) Biaya setoran awal ringan mulai dari Rp. 100.000
- 3) Online dengan Siskohat.
- 4) Mendapatkan kartu haji bagi nasabah yang telah mendaftar haji.

5) Mendapatkan Gift menarik untuk setoran tertentu.

c. Syarat dan Ketentuan Umum

1) Perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah.

2) Kartu identitas diri (KTP)

3) NPWP (Nasabah yang tidak melampirkan NPWP wajib mengisi surat pernyataan terlampir).

4) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening secara lengkap dan benar. ([www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id))

d. Setoran dan Saldo Minimal

**Tabel 4. 1 Saldo dan Minimal Produk Tabungan Haji**

	IDR		USD	
	Mudharabah	Wadiah	Mudharabah	Wadiah
Setoran Awal	Rp. 500.000,-	Rp. 100.000,-	\$60	\$5
Saldo Minimal/saldo mengendap	Rp. 500.000,-	Rp. 100.000,-	\$50	\$5
Imbah hasil	10% (Nasabah) 90% (Bank)		5% (Nasabah) 95% (Bank)	

Sumber : Dokumen PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

e. Akad dan Kode Produk

**Tabel 4. 2 Akad dan Kode Produk Tabungan Haji**

Akad yang digunakan	Kode Produk	
	Rupiah	USD
Mudharabah	2941-1001	2941-1002

Wadiah	2941-0001	2941-1002
--------	-----------	-----------

Sumber : Dokumen PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

f. Biaya-biaya

**Tabel 4.3 Biaya-biaya produk Tabungan Haji**

	IDR		USD	
	Mudharabah	Wadiah	Mudharabah	Wadiah
Biaya pengelolaan rekening	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Setoran selanjutnya minimum	Rp. 10.000	Rp. 10.000	\$1	\$1
Biaya dibawah saldo minimum	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
Biaya penutupan rekening	Tidak ada	Tidak ada	\$5	\$5
Biaya ganti buku	Rp. 1.500	Rp. 1.500	Rp. 1.500	Rp. 1.500
Kartu pembukaan baru	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 5.000	Rp. 5.000
Pergantian kartu	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000
Ganti kartu karena hilang/rusak	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000	Rp. 10.000

Sumber : Dokumen PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

## B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dengan metode wawancara dan dokumentasi, peneliti mendapatkan data-data yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk tabungan haji yaitu dari dua orang responden. Informan dari PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru :

### Data Informan

#### 1. Informan 1

Nama : Muhammad Yunie, S.P

Jabatan : Branch Manager

#### 2. Informan 2

Nama : Bunga Pertiwi

Jabatan : Funding and Transactional

#### 1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan oleh penulis diketahui bahwasanya strategi pemasaran itu sangatlah penting, keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dalam dunia pemasaran sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Setiap perusahaan akan merencanakan strategi pemasaran yang terbaik untuk menarik minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru yang berlokasi di JL. Ahmad Yani Km. 35,5 Komet Banjarbaru Utara, Loktabat Sel, Kec. Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan 70721 mempunyai berbagai macam produk yang berbasis syariah. tabungan haji merupakan salah satu dari berbagai produk yang



dimiliki oleh BSI KC Banjarbaru yang menggunakan akad *wadiah* dan akad *mudharabah*.

Strategi yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produk tabungan haji adalah sebagai berikut :

- a. Promosi melalui seminar. Di dalam seminar tersebut PT.Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru memperkenalkan produk tabungan haji dan menjelaskan secara detail dan terperinci mengenai produk tabungan haji tersebut. Di dalam seminar PT Bank Syariah Indonesia juga menghadirkan narasumber seperti ustadz untuk menjelaskan mengenai ibadah haji karena bersangkutan dengan produk tabungan haji. Dalam pandemic covid-19 sekarang pihak Bank Syariah Indonesia melakukan seminar secara online melalui zoom meeting untuk memasarkan produk tabungan haji.
- b. Mengadakan program Labaikk. Di dalam program ini nasabah akan mendapatkan Gift menarik dari Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru bisa berupa sajadah traveling, sajadah premium dan mukena premium. Gift ini akan diberikan langsung kepada nasabah tanpa di undi hanya dengan setoral awal Rp. 2.500.000 , Rp. 5.000.000 dan Rp. 10.000.000 berlaku juga untuk nasabah yang sudah punya rekening. Program ini di adakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru dengan tujuan untuk menambah minat nasabah untuk membuka produk tabungan haji tersebut.
- c. Literasi ke instansi-instanti atau lembaga-lembaga seperti dinas pendidikan, dinas pendapatan, dinas ketenaga kerjaan dan dinas-dinas lain yang memungkinkan pegawainya untuk menjadi nasabah produk tabungan haji.

- d. Pemasaran melalui via media sosial. Selain website resmi dari Bank Syariah Indonesia ada juga akun instagram khusus Bank syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru yang digunakan untuk memasarkan produk melalui media sosial dalam bentuk gambar, brosur dan video tentang Bank Syariah Indonesia.
- e. Penawaran via telpon dari petugas sales. Pemasaran via telpon merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Indonesia untuk menarik minat nasabah yang sudah menggunakan produk lain di Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru untuk menggunakan produk tabungan haji.
- f. Pemasaran dilakukan secara langsung dari petugas pelayanan (cross selling). Melalui para pegawai, mereka bisa menawarkan produk kepada orang yang ditemui, keluarga terdekat maupun nasabah Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru sendiri yang sudah menggunakan produk lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yunie, S.P selaku Branch Manager oleh Bank Syariah Indonesia KC Banjarbaru, dari ke 6 strategi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan haji, strategi yang paling efektif dalam menarik minat nasabah produk tabungan haji adalah strategi yang pertama yaitu melalui seminar. Meskipun strategi yang lain juga ikut andil dalam pemasaran tersebut.

2. Kendala yang dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produk tabungan haji.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yunie, S.P selaku *Branch Manager* dan Ibu Bunga Pertiwi selaku *Funding And Transactional*

mengatakan bahwa kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji adalah :

- a. Persaingan antar bank. Banyaknya bank-bank syariah yang menawarkan produk yang sama dengan kelebihan yang berbeda-beda menjadi kendala tersendiri bagi pihak Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan produk. Pihak Bank Syariah Indonesia harus berusaha sebaik mungkin dalam memasarkan produk dan menunjukkan bahwa produk-produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru termasuk produk tabungan haji memiliki keunggulan dan vasilitas terbaik yang akan diberikan kepada nasabah yang akan memakai tabungan haji di Bank Syariah Indonesia.
- b. Antrian untuk berangkat haji yang cukup lama. Antrian atau daftar tunggu haji yang cukup lama membuat masyarakat lebih memilih untuk melaksanakan umroh terlebih dahulu.
- c. Koordinasi dengan pihak Kementerian Agama. Kurangnya kordinasi dengan Kementerian Agama yang menjadi kendala pihak Bank Syariah Indonesia, biasanya jika ada nasabah yang membatalkan berangkat haji maka proses pembatalan cepat hanya menunggu waktu lima belas hari saja, untuk sekarang proses pembatalan bisa mencapai waktu satu tahun.
- d. Sosialisasi yang tidak bisa langsung. Selama pandemic covid-19 yang menjadi kendala dalam memasarkan produk bagi pihak Bank Syariah Indonesia karena tidak bisa memasarkan produk tabungan haji secara langsung ke instansi atau lembaga-lembaga seperti biasanya, namun tetap bisa dilakukan secara online melalui via zoom meeting.
- e. Terjadi penurunan jumlah nasabah yang ingin membuka rekening. Selama pandemic covid-19 banyak calon nasabah yang tidak jadi untuk membuka

tabungan haji karena melihat kondisi sekarang yang tidak bisa menunaikan ibadah haji.

- f. Nasabah haji menjadi jarang menabung. Terjadinya pembatalan berangkat haji yang sudah dua kali menyebabkan nasabah menjadi jarang menabung untuk mencukupi setoran haji karena kondisi covid-19 yang membuat nasabah tidak bisa berangkat haji.

Sedangkan kendala dilihat dari sisi nasabah adalah :

- a. Banyaknya nasabah yang kecewa karena sudah dua kali batal berangkat haji. Akibat pembatalan haji yang terjadi selama pandemic covid-19 ini membuat banyak nasabah yang kecewa karena sudah dua kali tidak jadi berangkat untuk menunaikan ibadah haji.

### C. Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru yang telah dikemukakan oleh peneliti dalam penyajian data diatas, maka langkah selanjutnya yaitu analisis data.

Persaingan yang amat ketat di dalam dunia perbankan. Hal inilah yang mengharuskan suatu perusahaan mempunyai strategi pemasaran yang terarah dengan baik karena keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat berdampak oleh kepandaian perusahaan dalam mempromosikan produknya. Suatu produk akan diterima dan bertahan dalam kompetisi pasar apabila memberikan kepuasan maksimal kepada konsumen. Tanpa strategi pemasaran yang tersusun dengan baik maka perusahaan akan sulit bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain.

Strategi pemasaran adalah pendekatan awal yang akan dilakukan oleh unit bisnis dalam mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan lebih dahulu, di dalam tujuan tersebut tercantum ketentuan pokok mengenai target pasar, peletakan poduk di pasar, bauran pemasaran dan besarnya tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.(Kotler, 1996, hlm 40-405)

Awal peluncuran produk tabungan haji yaitu pada tahun 2010, sampai saat ini produk ini terus aktif dijalankan dan memiliki nasabah yang terus bertambah setiap tahunnya. Jumlah nasabah yang dimiliki PT.Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru hingga saat ini 29.516 orang untuk produk tabungan haji. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dapat dikatakan berhasil karena dilihat dari pertambahan jumlah nasabah yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yunie, S.P selaku Branch Manager dan ibu Bunga Pertiwi selaku Funding and transactional pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produknya menerapkan prinsip Perumusan Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran Dan Strategi Pemasaran Syariah.

1. Perumusan Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru

- a. Segmentasi

Langkah awal yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam kegiatan pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal ini segmentasi pasar Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru memiliki kriteria secara khusus. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah :

- 1) Dari segi daerah atau wilayah : dalam hal ini bank Syariah Indonesia telah membuka cabang pembantu seperti Bank Syariah Indonesia KCP Martapura yang akan memudahkan masyarakat sekitar untuk bertransaksi.
- 2) Dari segi usia : dalam hal ini yang menjadi sasaran utama adalah kelompok usia dewasa namun usia dewasa dan anak-anak juga menjadi sasaran, karena untuk tabungan haji semua usia bisa mendaftar.
- 3) Dari segi pekerjaan : pelajar, pegawai, pedagang dan sebagainya.

- b. Targeting

Untuk target pasar, Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru telah menentukan siapa saja yang menjadi targetnya.

Dalam produk tabungan haji maka yang menjadi target pasar adalah khusus masyarakat yang beragama Islam dan semua kalangan tanpa membedakan status sosial yang memiliki kartu atau identitas.

c. Posionting

Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru mensosialisasikan dirinya sebagai mitra bisnis yang amanah dan masalah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Sehingga Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru menjadi solusi terbaik bagi masyarakat untuk memberikan fasilitas berbagai produk dan jasa dengan menawarkan sistem bagi hasil, dengan proses yang cepat, dan praktis.

2. Bauran Pemasaran (Marketing MIX)

Menurut (Kotler, 1996) Bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat himpunan pemasaran yang dapat dipecahkan oleh perusahaan sebagai bagian dalam usaha menggapai tujuan pada pasar sasaran. Bauran pemasaran ini meliputi strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Dalam memasarkan produknya perusahaan biasanya menerapkan Bauran pemasaran.

Strategi pemasaran Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dianalisa berdasarkan empat variable dalam bauran pemasaran yaitu :

a. Produk

Setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan share pasarnya, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan serta daya tarik yang lebih besar.(Assauri, 2004)

Produk yang dimiliki Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru bermacam-macam dan tentunya sesuai dengan prinsip syariah Islam. Dengan persaingan yang sangat ketat bagi lembaga lain, maka Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru harus berinovasi dengan mengeluarkan produk-produk baru yang memiliki berbagai keunggulan yang sesuai dengan yang diperlukan oleh masyarakat. Produk tabungan haji adalah salah satu produk yang dikembangkan PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru pada produk tabungan haji ini menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah* dengan setoran awal Rp. 100.000.

b. Harga

Strategi harga merupakan salah satu komponen yang penting dalam bauran pemasaran, karena penetapan harga terkait langsung dengan pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga sangat berpengaruh dalam menetapkan seberapa jauh nilai dari konsumen dari layanan jasa tersebut dan juga dalam proses pembentukan citra. Penentuan harga dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi tertentu dalam hal kualitas. (Sunyoto & Susanti, 2015, hlm. 214)

Penentuan harga untuk produk tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank sesuai dengan kesepakatan bersama (antara pihak bank dan nasabah). Rincian mengenai harga untuk produk tabungan haji sudah tertera pada brosur Bank Syariah Indonesia.

c. Tempat



Penentuan tempat yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru sudah sangat dipertimbangkan karena letaknya yang sangat strategis berada di kota Banjarbaru, yang mudah dijangkau dengan sarana transportasi, berada di tepi jalan raya dapat dilihat oleh orang yang berlalu lintas dengan tempat parkir yang tidak terlalu luas tetapi keamanannya terjamin.

d. Strategi promosi

Menurut Swastha (2002) Promosi merupakan salah satu faktor yang penting dalam proses pemasaran dan dapat dikatakan sebagai “proses berlanjut”. Karena promosi bisa menumbuhkan hubungan kegiatan selanjutnya yang akan dilaksanakan dari perusahaan. Ada empat macam cara perusahaan dalam memasarkan produk dan jasanya yaitu :

1) Periklanan

Periklanan yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru seperti pemasangan spanduk, dan poster-poster yang dipasang ditempat-tempat umum yang banyak dikunjungi masyarakat serta melalui iklan di televise dan media sosial resmi dari Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru tersebut mengenai hal yang dipasarkan.

2) Promosi penjualan

Promosi penjualan yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru membagikan brosur kepada nasabah atau masyarakat yang belum menjadi nasabah, melakukan literasi ke instansi atau lembaga-lembaga lain untuk memasarkan produk dan mengadakan program Labbaik untuk nasabah baru ataupun yang sudah

membuka tabungan haji dengan setoran sejumlah 2,5.000.000 , 5.000.00 dan 1.000.000.

### 3) Publisitas

Publisitas yaitu memperkenalkan produk kepada masyarakat luas khususnya produk tabungan haji melalui cara seminar yang dibuka untuk umum dan tidak dipungut biaya apapun dengan cara mengundang pembicara seperti ustadz. Dari seminar tersebut biasanya akan menambah jumlah nasabah secara signifikan. Selama masa pandemic covid-19 pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru melakukan webinar yang dibuka untuk umum melalui media zoom meet untuk memasarkan produk tabungan haji.

### 4) Penjualan pribadi

Penjualan pribadi adalah pemasaran yang dilakukan oleh perorangan pegawai Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dengan cara menawarkan langsung kepada keluarga, kerabat maupun orang yang tidak sengaja ditemui. Strategi ini juga bisa dilakukan melalui kegiatan sosial yakni dengan ikut serta atau berpartisipasi Bank Syariah Indonesia pada kegiatan sosial dan keagamaan ke berbagai tempat seperti pesantren, sekolah dan majelis taklim. Dengan kata lain melakukan pendekatan pribadi kepada calon nasabah yang berpotensi.

## 3. Strategi Pemasaran Syariah

Pemasaran menjadi ujung tombak bagi perusahaan karena dengan adanya pemasaran maka perusahaan akan berkembang. Dalam memasarkan produk perbankan khususnya bank syariah haruslah memperhatikan dan menerapkan prinsip muamalah yang islami.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Yuni, S.P dan Ibu Bunga Pertiwi Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru menerapkan nilai-nilai pemasaran syariah dalam menjalankan bisnisnya, yaitu :

a. *Shidiq* (jujur dan benar)

Dalam strategi pemasaran sifat jujur ini sangat dibutuhkan karena produk yang akan dipasarkan itu harus berdasarkan kejujuran. Pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produknya selalu memberikan informasi secara jujur dan jelas baik dari segi harga ataupun mekanisme dari produk tersebut. Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam memasarkan produknya selalu mengacu pada panutan terbaik yakni Nabi Muhammad Saw, yang dikenal sebagai pedagang yang sangat jujur.

b. *Amanah*

Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru dalam menjalankan bisnisnya selalu mencontoh nabi Muhammad Saw dalam memegang amanah. Karena sifat amanah ini penting dimiliki oleh setiap pemasar, nilai amanah bagi pekerja *marketing* adalah sifat yang jujur, ikhlas dan dapat dipercaya. Seorang marketer yang amanah akan membawa dampak positif bagi perusahaan dengan ke amanah-an dari marketer perusahaan tersebut sehingga banyak customer yang akan terpicat dengan produk-produk yang ditawarkan karena peran marketer yang amanah.

c. *Fathanah* (Cerdas dan Bijaksana)

Nilai *Fathanah* sangat mendukung bagi perusahaan yang melakukan kegiatan pemasaran. Seorang marketer yang Cerdas akan membantu

perusahaan meraih profitabilitas yang maksimal. Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru selalu mengevaluasi kinerja marketing nya untuk melihat kemajuan dalam memasarkan produknya dan selalu berusaha memberikan inovasi dan cara-cara terbaru untuk menarik minat nasabah.

d. *Tabligh* (Komunikatif)

Seorang pemasar syariah harus komunikatif dalam menempatkan dirinya tidak hanya kinerja dari perusahaan namun juga berperan sebagai juru dakwah yang menyiarkan perkembangan ekonomi syariah. Karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui serta belum mengerti tentang ekonomi syariah, oleh karena itulah tugas seorang pemasar syariah juga memberitahukan sekaligus menjual produk syariah kepada konsumen. Dengan ini Bank Syariah Indonesia selalu berusaha untuk mengingatkan para pemasar agar selalu menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Branch Manager* Bapak Muhammad Yunie, S.P dan ibu Bunga Pertiwi selaku *Funding and transactional* adapun kendala yang dihadapi pihak Bank Syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru adalah sebagai berikut :

1. Persaingan antar Bank. Banyaknya bank-bank syariah yang berdiri di Kalimantan Selatan khususnya di kota Banjarbaru yang menawarkan produk yang sejenis dengan fasilitas berbeda. Untuk menarik minat nasabah masing-masing bank syariah menunjukkan kelebihan dan kualitasnya untuk bertransaksi dibank syariah tersebut sehingga hal ini mengharuskan Bank syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC

Banjarbaru untuk pandai dalam memasarkan produk tabungan haji agar jumlah nasabah untuk produk tersebut selalu meningkat.

2. Sesuai dengan kementerian agama bahwa daftar tunggu untuk berangkat haji cukup lama bahkan puluhan tahun, yang menjadi kendala pihak Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan produk tabungan haji. Karena banyak masyarakat memilih melaksanakan umroh terlebih dahulu dibandingkan haji mengingat pelaksanaan umroh yang bisa dilakukan kapan saja.
3. Kordinasi yang kurang dengan Kementerian Agama menjadi salah satu kendala pihak bank syariah Indonesia yang menyebabkan proses pembatalan bisa berlangsung lama hingga 1 tahun.
4. Selama pandemic covid-19 menjadi salah satu kendala pihak bank syariah Indonesia dalam memasarkan produk tabungan haji karena tidak bisa memasarkan produk secara langsung seperti melakukan seminar yang biasanya diadakan. Namun pihak bank syariah Indonesia (ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru tetap maksimal melakukan pemasaran produk tabungan haji meskipun hanya melakukan seminar atau promosi melalui media sosial.
5. Terjadi penurunan jumlah nasabah yang ingin membuka rekening. Selama pandemic covid-19 banyak calon nasabah yang tidak jadi untuk membuka tabungan haji karena melihat kondisi sekarang yang tidak bisa menunaikan ibadah haji.
6. Nasabah haji menjadi jarang menabung. Terjadinya pembatalan berangkat haji yang sudah dua kali menyebabkan nasabah menjadi jarang menabung untuk mencukupi setoran haji karena kondisi covid-19 yang membuat nasabah tidak bisa berangkat haji.

Sedangkan kendala dilihat dari sisi nasabah adalah :

1. Banyaknya nasabah yang kecewa. Selama pandemic covis-19 yang menyebabkan terjadinya pembatalan keberangkatan haji hal itulah yang menjadikan nasabah merasa kecewa karena sudah dua kali tidak bisa berangkat haji.