

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Tentang BNI Syariah KC Sungai Danau

Berdasarkan Buku Laporan Bank BNI Syariah KC Sungai Danau diperoleh gambaran tentang Bank BNI Syariah KC Sungai Danau sebagai berikut :

1. Sejarah Singkat Bank BNI Syariah KC Sungai Danau

Bank BNI Syariah KC Sungai Danau mulai beroperasi pada tanggal 27 Juli 2006, hingga sekarang memiliki 6 orang pegawai tetap.

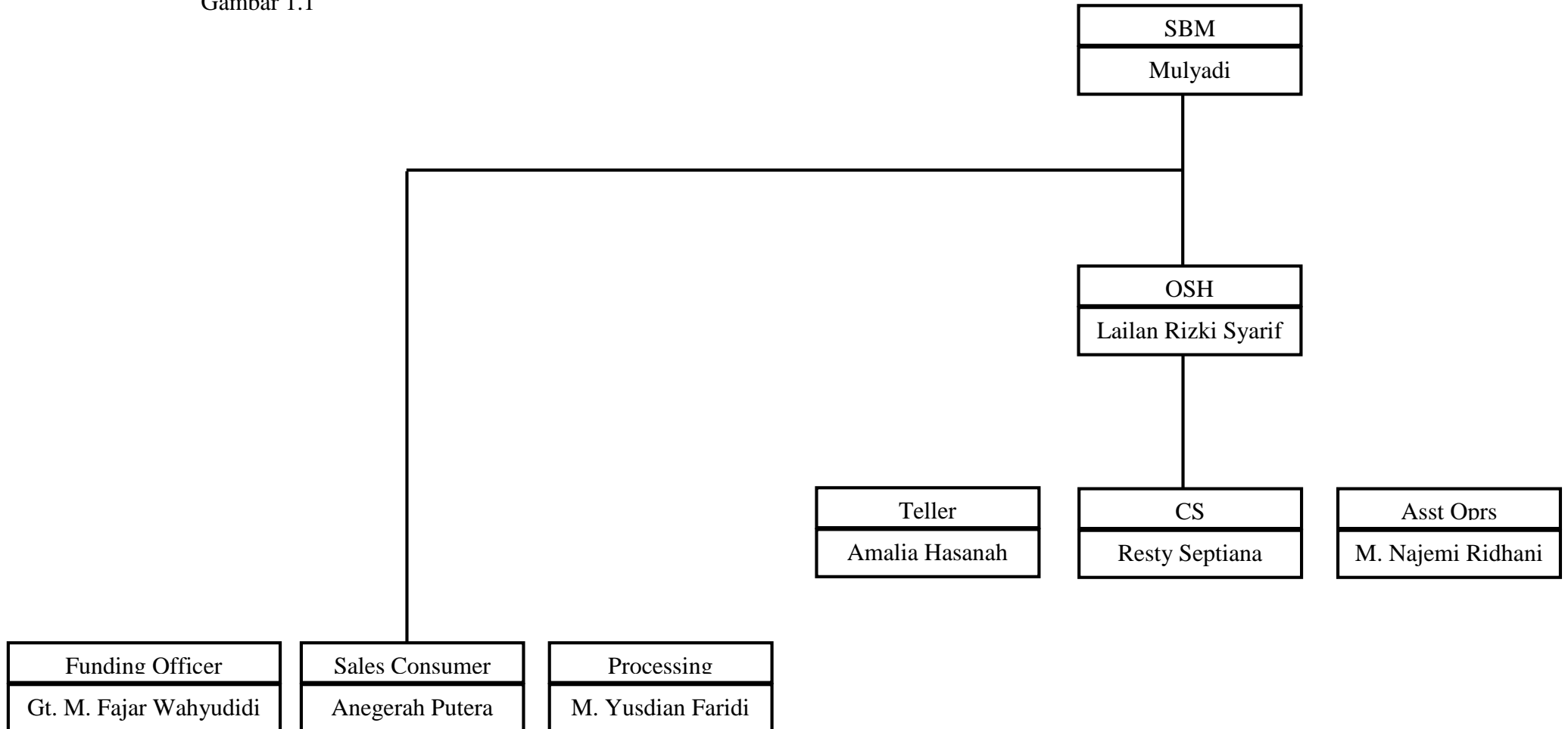
2. Visi dan Misi

Bank BNI Syariah KC Sungai Danau memiliki visi yaitu *“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”*. Adapun misi dari Bank BNI Syarih KC Sungai Danau yaitu;

- a. Berikan kontribusi positif ke masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Berikan solusi ke masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- c. Berikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. Ciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- e. Jadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Struktur Organisasi

Gambar 1.1



4. Deskripsi Tugas

a. Sub Branch Manager (SBM)

- 1) Mengkoordinasikan dan mengawasi seluruh aktivitas operasional perbankan di kantor cabang sungai danau.
- 2) Memimpin operasional pemasaran produk-produk *Commercial Banking & Consumer Banking*.
- 3) Memanfaatkan anggaran yang ada seefisien mungkin dan memastikan agar program dan sistem berjalan secara *Cost Effective*.
- 4) Menyusun rencana bisnis bank (RBB) untuk cabangnya dan melakukan sosialisasi rencana bisnis bank kepada bawahan.
- 5) Mengevaluasi dan menyusun laporan pencapaian rencana bisnis secara periodik setiap bulan.
- 6) Menerima prosedur operasional dan lembur kerja pelaporan manajemen resiko dari divisi manajemen resiko mensosialisasikannya dengan karyawan dan bawahan dalam groupnya.
- 7) Memonitor pelaksanaan-pelaksanaan prosedur operasional manajemen resiko oleh bawahannya.
- 8) Mengevaluasi pelaksanaan prosedur operasional manajemen resiko.

b. Operational Service Head (OSH)

- 1) Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.
- 2) Mengkoordinasi dan mengontrol perencanaan, pelaporan, dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu dan sesuai peraturan pemerintah yang berlaku.
- 3) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus perusahaan (*cashflow*), terutama pengelolaan piutang dan hutang, sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kesehatan kondisi keuangan.
- 4) Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan, dan mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.
- 5) Membantu direksi mencari sumber dana diluar tabungan dan deposito.
- 6) Menandatangani cek dan bilyet giro bank sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Teller

- 1) Menerima setoran dari nasabah bank tunai maupun non tunai, kemudian memposting di sistem komouter bank.
- 2) Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia.

- 3) Memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah yang bertransaksi tunai di kantor bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
 - 4) Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.
- d. Costumer Service (CS)
- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk di bank tersebut.
 - 2) Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito.
 - 3) Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito.
 - 4) Membantu nasabah dalam pencairan deposito.
 - 5) Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
 - 6) Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon debitur.
 - 7) Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito dan tanggung jawab atas pengelolaannya.
 - 8) Membantu surat keluar dari memo internal.
 - 9) Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk dan memo internal serta bertanggung jawab atas pengelolaannya.
 - 10) Menyimpan berkas tabungan dan deposito.

e. Assistant Operational

- 1) Mencetak akad (emas, griya dan deposito) serta melaksanakan akad.
- 2) Meregister surat keluar, surat masuk, wakalah, dan ijarah.
- 3) Membuat surat tagihan untuk nasabah.
- 4) Mengarsipkan akad dan kelengkapan data nasabah

f. Funding

- 1) Menghimpun dana baik dalam bentuk tabungan maupun deposito.
- 2) Mencari atau menghubungi nsabah potensial.
- 3) Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.
- 4) Melakukan pedanaan kepada nasabah potensial.
- 5) Melakukan pembinaan hubungan baik dengan nasbah melalui bantuan konsultasi bisnis, diskusi manajemen maupun pengelolaan keuangan sesuai blok sistem masing-masing moneter.
- 6) Melaporkan kepada menejer tentang kendala-kendala yang dihadapi.

g. Sales

- 1) Melakukan kegiatan penjualan melalui telepon terhadap target konsumen (perusahaan-perusahaan perdagangan dan industri, kantor-koantor pemerintah, asosiasi perkumpulan keagamaan, olahraga, sosial dll.

h. Processing

- 1) Melakukan pemeriksaan ulang terhadap data di sistem yang telah di input oleh data *entry*.
- 2) Bertanggung jawab terhadap kelengkapan, kebenaran dan keabsahan data nasabah.
- 3) Melakukan input dokumen.

5. Produk Bank BNI Syariah KC Sungai Danau

a. Produk Simpanan

- 1) BNI Dollar iB Hasanah adalah tabungan berakad wadiah dan mudharabah, untuk memberi berbagai macam fasilitas dan kemudahan untuk nasabah perorangan dan non perorangan dalam mata uang USD.
- 2) BNI Simpel iB Hasanah ialah tabungan yang berakad wadiah, yang ditujukan untuk siswa yang umurnya belum 17 tahun.
- 3) BNI Prima iB Hasanah adalah tabungan yang berakad mudharabah atau wadiah, yang tujuannya untuk memberi berbagai macam fasilitas dan kemudahan untuk nasabah *segmen high network individuals* secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.
- 4) BNI Tunas iB Hasanah ialah tabungan yang berakad mudharabah, ditunjukkan untuk anak-anak yang umurnya belum 17 tahun.
- 5) BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan yang berakad mudharabah dan wadiah, yang mana dilengkapi dengan detail

mutasi dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.

- 6) BNI iB Hasanah adalah tabungan yang berakad mudharabah atau wadiah, yang tujuannya untuk memberi berbagai macam fasilitas dan kemudahan dalam mata uang rupiah.
- 7) BNI Tapenas iB Hasanah adalah tabungan berjangka yang berakad mudharabah, yaitu tujuannya untuk perencanaan masa depan, yang mana setorannya itu tiap bulan.
- 8) BNI TabunganKu iB Hasanah adalah produk simpanan dana yang asalnya dari Bank Indonesia, itu dikelola sesuai dengan prinsip syariah, yang berakad wadiah dalam mata uang rupiah supaya meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.
- 9) BNI Giro iB Hasanah ialah simpanan transaksional dalam mata uang IDR dan USD, itu dikelola berdasar prinsip syariah yang berakad mudharabah muthlawah atau wadiah yadh dhamanah, penarikannya itu bisa dilaksanakan setiap saat dengan cek, bilyet, giro dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.
- 10) BNI Deposito iB Hasanah adalah investasi berjangka, itu dikelola berdasar prinsip syariah, itu ditujukan untuk nasabah perorangan dan perusahaana, yang bertekad mudharabah.
- 11) BNI Tepenas Kolektif iB Hasanah adalah tabungan berjangka yang berakad mudharabah yang dibuka secara kolektif atas nama

masing-masing pegawai dari institusi dalam mata uang rupiah dengan jumlah setoran bulanan 6 bulan s/d 35 tahun. Tanggal setoran bulanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

12) BNI Giro Investasi Terikat iB Hasanah yaitu titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola dengan berakad mudharabah muqayyadah untuk menunjang bisnis usaha non perorangan dimana pencairan dana hanya dapat dilakukan pada saat jangka waktu pembiayaan telah berakhir dalam mata uang Rupiah dan USD.

13) BNI Deposito Investasi Terikat iB Hasanah adalah investasi berjangka yang dikelola dengan berakad mudharabah muqayyadah untuk menunjang bisnis usaha non perorangan dimana pencairan dana hanya dapat dilakukan pada saat jangka waktu pembiayaan telah berakhir dalam mata uang Rupiah dan USD.

14) BNI iB Hasanah (*Classic*) ialah tabungan yang berakad mudharabah untuk menampung setoran *cash collateral / goodwill* nasabah pada setiap penerbitan Hasanah *Card Classic*.

15) BNI iB Hasanah Mahasiswa adalah tabungan yang berakad mudharabah atau wadiah dari para mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri / Perguruan Tinggi Swasta (PTN/PTS) yang berkerjasama dengan BNI Syariah, fungsinya supaya menampung keperluan pembayaran SPP serta dilengkapi dengan kartu ATM / Debit Co-

Branding dengan logo PTN/PTS yang berfungsi sebagai kartu ATM/ Debit dan Kartu Tanda Mahasiswa.

16) BNI iB Hasanah (Pegawai/Anggota) adalah tabungan yang berakad mudharabah atau akad wadiah dari para pegawai / anggota Perusahaan/Lembaga/Assosiasi/ Organisasi Profesi yang berkerja sama dengan BNI Syariah, yang dilengkapi dengan Kartu ATM/Debet Co-Branding dengan logo institusi yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Pegawai/Anggota.

17) BNI Baitullah iB Hasanah adalah tabungan yang berakad mudharabah atau wadiah yang tujuannya untuk mendapatkan kepastian berangkat ibadah haji (reguler/khusus) dan juga bisa untuk umrah, yang sistem setorannya itu bebas atau bulanan dalam mata uang rupiah dan USD.

Persyaratan :

- a) Formulir aplikasi pembukaan rekening.
- b) Menunjukkan KTP/Paspor Asli.
- c) Untuk nasabah anak, melampirkan akta kelahiran (usia<17 tahun)
- d) Sentoran awal minimal Rp.500.000,-/USD 50 (Mudharabah) atau Rp.100.000,-/USD 5 (Wadiah).

Keunggulan :

- a) Lebih mudah mendapatkan nomor porsi Haji karena BNI Syaria merupakan bank penerima setoran biaya perjalanan

ibadah haji dan terkoneksi real time online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) kementerian Agama.

- b) Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan.
- c) Bebas biaya penutupan rekening (IDR).

b. Produk Pembiayaan

- 1) BNI Griya iB Hasanah adalah pembiayaan yang ditujukan untuk masyarakat, gunanya untuk membeli, membangun, merenovasi rumah termasuk ruko, rumah susun, apartemen dan sejenisnya, bisa juga untuk membeli tanah kavling dan rumah ident, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar nasabah.
- 2) BNI Multiguna iB Hasanah adalah pembiayaan yang ditujukan ke masyarakat, untuk beli barang kebutuhan konsumtif atau jasa sesuai prinsip syariah, dengan disertai agunan berupa tanah serta bangunan yang ditinggali berstatus SHGB atau SHM serta bukan barang yang dibiayai
- 3) BNI Oto iB Hasanah adalah pembiayaan yang ditujukan ke masyarakat agar bisa membeli mobil / kendaraan, yang mana agunannya BPKB dari kendaraan / atau mobil yang telah dibiayai.

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada pihak yang terkait, dimana penulis mendapatkan data-data yang berhubungan dengan konteks atau pembahasan yang penulis sedang teliti yang mana respondennya adalah karyawan-karyawan Bank BNI Syariah KC Sungai Danau bagian *Sub Branch Manager* dan *Costumer Service*.

a. Deskripsi data informan I

Nama : Mulyadi

Jabatan : Sub Branch Manager

Berdasarkan hasil wawancara pada 25 Februari 2021 di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau diketahui bahwa nasabah tabungan Baitullah iB Hasanah pada tahun 2017 berjumlah 161 orang, pada tahun 2018-2019 berjumlah 137 orang dan pada tahun 2019-2020 berjumlah 46 orang (Lampiran 1).

Menurut Bapak Mulyadi Dalam melakukan strategi pemasaran suatu produk perbankan perlu menerapkan strategi pemasaran, dengan adanya strategi pemasaran diharapkan mampu menarik perhatian masyarakat terhadap produk Baitullah iB Hasanah. Bank BNI Syariah KC Sungai Danau menggunakan strategi 4P yaitu produk(*Product*), harga(*Price*), tempat(*Place*), dan promosi(*Promotion*).

Menurut Bapak Mulyadi dalam memasarkan produk Tabungan Baitullah iB Hasanah, pemasarannya dilakukan menjadi satu dengan pemasaran produk lainnya yang dimiliki Bank Syariah

KC Sungai Danau, selain itu keberadaan bank syariah di sungai danau hanya satu yaitu Bank BNI Syariah KC Sungai Danau, jadi menurut Bapak Mulyadi jika ada masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji atau perencanaan ibadah umroh pasti akan datang ke BNI Syariah Sungai Danau.

Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran adalah Setelah melakukan validasi setoran di bank BNI Syariah KC Sungai Danau, selanjutnya nasabah harus mendaftar lagi ke kemenag, Kantor urusan agama yang berada di sungai danau tidak difungsikan lagi untuk mengurus haji, Pengembalian dana tabungan haji bagi calon jamaah yang meninggal harus tetap melewati bank, seharusnya bisa langsung ke pihak ahli waris.(23 Februari 2021)

b. Deskripsi data informan II

Nama : Resti Septiana

Jabatan : Costumer Service (CS)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada 29 maret 2021 di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau. Produk Tabungan Baitullah iB Hasanah merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji atau merencanakan ibadah umroh. Tabungan Baitullah iB Hasanah ini nasabah bisa memilih mau memakai akad yang wadiah atau mudharabah, jika wadiah yaitu Rp.100.000 sedangkan mudharabah setoran awalnya Rp.500.000, keuntungan yang di dapat nasabah yang membuka rekening tabungan Baitullah iB

Hasanah yaitu bagi hasil yang besar, mendapatkann souvenir menarik pada saat pelunasan biaya Haji reguler (Lampiran 3).

Menurut Ibu Resti Bank BNI Syariah KC Sungai Danau dalam melakukan pemasaran produk Tabungan Baitullah iB Hasanah yaitu dengan melakukan strategi promosi. Promosi yang dilakukan Bank BNI Syariah KC Sungai Danau melalui periklanan, promosi penjulana, publita, penjualan pribadi. Misalnya pada periklanan melalui media cetak dan media eletronik, kemudian pada promosi penjualan pihak bank pebrikan fasilitas-fasilitas, kemudian publita pihak bank mengikuti event-event yang bisa berinteraksi langsung dengan masyarakat, dan penjualan pribadi yaitu semua pegawai bank di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau melakukan *cross selling*.

Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran adalah Masa tunggu keberangkatan haji di kalimantan selatan yang sekarang sudah masuk angka 30 tahun, ini yang membuat masyarakat menjadi berpikir dua kali untuk membuka tabungan Baitullah iB Hasanah.

C. Analisis Data

BNI Syariah KC Sungai Danau juga memiliki strategi pemasaran dalam meningkatkan dan memperkenalkan suatu produk salah satunya adalah Tabungan Baitullah iB Hasanah, dimana Bank BNI Syariah KC Sungai Danau menerapkan Strategi bauran pemasaran meliputi 4 variable yaitu Produk (*product*), Harga (*price*), Tempat (*place*), Promosi (*promotion*).

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Baitullah iB Hasanah.

Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan Baitullah iB Hasanah di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau adalah menggunakan 4P, berikut penjelasannya;

- a. Strategi Produk

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau dalam menentukan produk yang ditawarkan, bank akan melakukan pengelompokan produk berdasarkan lembaga, pelayanan, eksportir dan jenis konsumen yang terdiri dari pedagang besar dan kecil. Dalam perbankan strategi produk yang dilakukan adalah :

- Penentuan slogan

Slogan merupakan ciri khas yang dimiliki suatu perbankan, guna untuk mempermudah masyarakat dalam mengingat produk-produk dari BNI Syariah. Dimana ciri khas dari produk di BNI Syariah selalu memakai kata “Hasanah”. Dalam pengertiannya Hasanah memiliki arti sebagai perilaku yang baik atau tutur kata yang baik. Tujuan dari slogan kata “Hasanah” sebagai tanda pembeda dengan produk syariah lainnya.

- Menciptakan merek

Sebuah jasa mempunyai bermacam ragam, maka setiap jasa harus memiliki sebuah nama, tujuannya agar mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat. salah satunya seperti BNI Syariah, yang mempunyai hampir semua jenis produk baik itu pendanaan, pembiayaan, bahkan jasa. Salah satu produk di BNI Syariah adalah “Baitullah iB Hasanah”. Kata “Baitullah” yang dimana tabungan ini bertujuan untuk mendapatkan kepastian berangkat menunaikan ibadah haji (reguler/khusus) dan juga bisa untuk umrah.

- Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus untuk suatu produk, didalam perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabanya. Pembungkus bisa juga untuk beberapa jenis jasa seperti buku tabungan, cek, bilyet, giro, atau kartu kredit.

b. Strategi Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah kegiatan pemasaran, harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Sebuah harga dapat menentukan laku atau tidaknya produk maupun jasa perbankan. Apabila salah dalam

menentukan harga maka akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau dalam menetapkan harga masih dalam kategori standar mengingat tidak adanya persaingan bank syariah di sungai danau. Harga yang ditawarkan untuk pembukaan rekening tabungan Baitullah iB Hasanah ini dapat dilakukan dengan dua akad yaitu akad wadiah dengan setoran awal minimal sebesar Rp. 100.000 dan akad mudharabah dengan setoran awal minimal sebesar Rp.500.000.

c. Strategi Tempat

Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau berada di Jl. Batulicin-Pelaihari, Sungai Danau, Kec. Santui, Kabupaten Tanah Bumbu, Kalimantan Selatan, dengan beberapa alasan yaitu

- Akses jalan yang mudah dijangkau dengan menggunakan alat transportasi baik itu kendaraan umum ataupun kendaraan pribadi.
- Jl. Batulicin-Pelaihari merupakan jalan utama setiap harinya padat akan kendaraan bermotor.
- Lokasi ini berada didekat pasar tradisional dan tempat hiburan. Sehingga masyarakat bisa mengetahui tempat bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau.

d. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha. Promosi yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau pada produk tabungan Baitullah iB Hasanah adalah:

- Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*Advertising*) di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau menggunakan promosi iklan untuk dapat menginformasikan, mempengaruhi hingga menarik nasabah, melalui media elektronik dan media cetak. Pada media cetak BNI Syariah KC Sungai Danau melakukan pemasaran iklan melalui spanduk, brosur, baliho yang dipasang pada tempat atau jalan yang strategis sehingga masyarakat bisa melihatnya. Sedangkan pada media elektronik bank BNI Syariah melakukan pemasaran iklan melalui website resmi BNIS, internet, media sosial seperti instagram, dan media lainnya.

- Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*Sales Promotion*) pada Bank Syariah KC Sungai Danau juga melakukan promosi penjualan, tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Bank

memberikan hadiah berupa souvenir atau fasilitas-fasilitas yang akan diberikan ketika akan berangkat haji atau umroh. Sedangkan di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau juga memberikan kartu atm yang berlogo *master card* yang bisa digunakan nasabah diluar negeri.

- Publitas (*Publicity*)

Publitas (*Publicity*) di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau biasanya mengikuti pameran dalam event tertentu. Contohnya membuat atau ikut event-even tertentu. Hal ini yang dimanfaatkan oleh pihak BNI Syariah KC Sungai Danau untuk mendapatkan nasabah baru, dengan turun kelapangan maka para karyawan BNI Syariah KC Sungai Danau Dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat sekitar, agar masyarakat dapat lebih mengenal Bank BNI Syariah beserta produk-produknya, termasuk produk Tabungan Baitullah iB Hasanah.

- Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi (*Personal Selling*) pada dunia perbankan secara pribadi dilakukan secara umum oleh seluruh pegawai bank, mulai dari satpam, *cleaning service*, sampai pejabat bank. Hal inilah yang dilakukan BNI Syariah KC Sungai Danau dalam penjualan produknya. Jadi bukan hanya dari bagian pemasar yang

terlibat dalam hal penjualan melainkan seluruh pegawai di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau.

Jadi, analisis data untuk strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan Baitullah iB Hasanah yang terdapat pada landasan teori yang menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*product, price, place, and promotion*) adalah sebagai berikut;

Strategi Produk dalam landasan teori menggunakan 7 tahap yaitu uji pemasaran, tahap pengenalan, tahap pertumbuhan pasar, tahap kejenuhan dll (Harmoko, 2017, hal. 12). Sedangkan BNI Syariah KC Sungai Danau tidak menggunakan 7 tahapan itu melainkan 3 tahapan saja yaitu penentuan slogan, penentuan merek dan menciptakan kemasan. Memberi nama produk secara singkat dan jelas bertujuan agar mempermudah nasabah mengerti dan mengingat nama produk, menciptakan merek dengan melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang, produk ini dijalankan dengan prinsip syariah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin bagi nasabahnya.

Strategi Harga yang terdapat pada landasan teori itu menggunakan 3 strategi diantaranya penetapan harga menyesuaikan harga yang dikeluarkan, penetapan harga melihat dari penilaian atau persepsi pembeli terhadap produk dan penetapan harga dengan melihat harga yang ditetapkan oleh pesaing (Amalia, 2016, hal. 299). Sedangkan dari BNI Syariah KC Sungai Danau menetapkan harga masih dalam kategori standar mengingat tidak adanya persaingan bank syariah disungai danau. Harga yang ditetapkan oleh bank BNI Syariah KC Sungai Danau untuk pembukaan rekening Tabungan Baitullah iB Hasanah tergantung akad yang dipilih

nasabah. Jika nasabah memilih akad wadiah maka setoran awalnya Rp.100.000.00 sedangkan akad mudharabah setoran awalnya Rp.500.000.00.

Strategi Tempat yang terdapat pada landasan teori yaitu pemilihan tempat yang harus dipertimbangkan adalah dekat dengan perkantoran, perumahan masyarakat, pasar, hingga kawasan pabrik bahkan industri tentunya dengan mempertimbangkan jumlah pesaing (Kasmir, Manajemen Perbankan, 2003, hal. 208). Sedangkan BNI Syariah KC Sungai Danau berada di Jl. Batulicin-Pelaihari. Lokasi ini cukup strategi untuk menarik minat dan meningkatkan penjualan produk kepada nasabah, karena lokasi ini berada di jalan utama dekat dengan pasar, sekolah-sekolah, lembaga keuangan, kantor pemerintah dan tempat hiburan. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Sungai Danau ini merupakan satu-satunya bank syariah yang berada di sungai danau.

Strategi Promosi yang terdapat pada landasan teori adalah menggunakan

1. Periklanan, iklan merupakan alat untuk mempromosikan oleh perusahaan guna menarik dan mempengaruhi konsumen. Periklanan dapat dilakukan dengan media cetak dan media elektronik (Aziza, 2011). Sedangkan di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau juga menggunakan media cetak berupa spandul, baleho, brosur. Menggunakan media elektronik dengan menggunakan website, instagram.
2. Kegiatan promosi yang termasuk kedalam promosi penjualan, misalnya pemberian kupon, obral, kontes, dan pameran (Aziza, 2011). Sedangkan di Bank BNI Syariah memberikan souvenir ketika pelunasan haji dan memberikan kartu debit berlogo master card yang dapat digunakan diluar negri.

3. Membangun hubungan baik dengan publik perusahaan dapat menghasilkan publisitas yang menyenangkan, dapat menumbuhkan perkembangan suara citra perusahaan yang baik (Aziza, 2011). Sedangkan di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau mengadakan event-event tertentu atau ikut berpartisipasi dalam event-event tertentu
 4. merupakan kegiatan bank untuk melakukan kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabah. Kegiatan ini digunakan bank untuk menginformasikan produk secara langsung (Aziza, 2011). Sedangkan di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau melakukan kunjungan ke kantor-kantor, ke sekolah-sekolah, ke pasar setempat.
2. Kendala yang terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk Tabungan Baitullah iB Hasanah Bank BNI Syariah KC Sungai Danau.

Dalam menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya terutama pada produk tabungan Baitullah iB Hasanah. Bank BNI Syariah KC Sungai Danau selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap nasabah yang ingin melakukan pembukaan tabungan. Namun pastinya ada kendala yang harus dihadapi dalam pemasaran produk tersebut. Karena kendala merupakan suatu hambatan atau rintangan yang menghalangi jalannya pencapaian sasaran. Kendala yang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan

Baitullah iB Hasanah menurut hasil wawancara dengan bapak Mulyadi dan Ibu Resty Septiani sebagai berikut;

- a. Masa tunggu keberangkatan haji dikalimantan selatan yang sekarang sudah masuk angka 30 tahun, ini yang membuat masyarakat menjadi berpikir dua kali untuk membuka tabungan Baitullah iB Hasanah.
- b. Setelah melakukan validasi setoran di bank BNI Syariah KC Sungai Danau, selanjutnya nasabah harus mendaftar lagi ke kemenag untuk mendapatkan porsi.
- c. Kantor urusan agama (KUA) yang berada dikecamatan tidak difungsikan lagi untuk mengurus haji.
- d. Pengembalian dana tabungan haji bagi calon jamaah yang meninggal harus tetap melewati bank, seharusnya bisa langsung ke pihak ahli waris.
- e. Pada strategi promosi kurangnya tenaga kerja *marketer* sehingga menyebabkan proses pemasaran produk kurang maksimal.
- f. Adanya pandemi covid-19 ini membuat bank tidak bisa ikut atau membuat event-event tertentu kerna adanya aturan social distancing dari pemerintah.

Jadi, analisis data untuk kendala-kendala yang terkait stategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Produk Baitullah iB Hasanah adalah sebagai berikut

Kendala yang terdapat pada landasan teori dikatakan bahwa kendala adalah segala kegiatan yang dapat menghambat tercapainya tujuan pemasaran tersebut (Gusnardi, 2010) terbagi menjadi dua yaitu kendala internal dan kendala eksternal. Kendala internal merupakan kendala yang muncul akibat dari kesalahan manajemen internal, misalnya kesalahan dari segi kualitas produk, strategi yang kurang tepat dalam membidik pasar yang dipilih atau kendala dari sumber daya manusia dibidang pemasaran (Zuanda, 2019). Sedangkan kendala Internal di Bank BNI Syariah KC Sungai Danau yaitu setelah nasabah melakukan validasi setoran di bank selajutnya nasabah harus mendaftar lagi dikantor kemeneg untuk mendapatkan porsi, pengembalian dana tabungan haji bagi calon nasabah yang meninggal dunia tidak langsung ke pihak ahli waris tapi harus tetap lewat bank. Kemudian kendala eksternal merupakan kendala yang berasal dari luar perusahaan yang bisa muncul dan menghambat proses pemasaran (Zuanda, 2019, hal. 43-44). Sedangkan kendala eksternal yaitu masa tunggu keberangkatan haji kalimantan selatan yang sudah mencapai 30 tahun, kantor KUA yang berada dikecamatan sungai danau tidak difungsikan lagi untuk mengurus haji dan adanya pandemi covid-19 ini membuat bank tidak bisa ikut atau membuat event-event tertentu kerna adanya aturan social distancing dari pemerintah.