

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Sejarah Singkat terbantuknya Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Ahmad Yani 1**

Bank Negara Indonesia (BNI) merupakan Bank pertama yang didirikan dan dimiliki oleh pemerintah Indonesia, yang berdiri pada tahun 1946. Nama Bank Negara Indonesia 1946 resmi digunakan pada akhir tahun 1968, dengan keputusan penggunaan tahun pendirian sebagai bagian dari identitas perusahaan, yang dikenal sebagai “BNI 46”.

Pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin dengan berlandaskan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan status UUS bersifat sementara dan akan dilakukan spin off pada tahun 2009 yang dilakukan pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS), sesuai dengan UU No.19 Tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

## **2. Profil Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1**

Bank BNI Syariah Cabang Banjarmasin merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan syariah. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarmasin terletak di Jalan Ahmad Yani KM.4,5 No. 385 Banjarmasin.

Munculnya kebijakan dari pemerintah Indonesia ditengah pandemi Covid-19 ini untuk melaksanakan merger 3 Bank Syariah Milik BUMN, yakni PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah. Mengingat setahun terakhir ini pertumbuhan perbankan syariah kurang menggembirakan tidak seperti tahun sebelumnya maka kebijakan ini amat sangat diperlukan. Menurut statistik terbaru perbankan syariah yang dirilis oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), masih dibawah 10 persen. Tepat pada 1 Februari 2021, BNI Syariah, BRI Syariah, dan Bank Mandiri Syariah resmi merger menjadi Bank Syariah Indonesia. Proses merger 3 Bank Syariah tersebut ditandai dengan kesepakatan yang tertuang dalam akta penggabungan. (Ramadan, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 berlokasi di Jalan Ahmad Yani KM. 4,5 No. 385 Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Sebelumnya Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 mempunyai Cabang Pembantu yang berlokasi di Sungai Danau dan Batu Licin. Bangunan kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 mempunyai tiga lantai, yakni lantai satu merupakan ruangang Prima nasabah, ruangan Consume Sales, Mushola dan toilet. Selain itu ada Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan pos penjagaan keamanan. Lantai dua terdiri dari ruang

Customer service, ruang Branch Manager ruangan SME Financing, Operasional Manager dan toilet. Adapun lantai tiga terdapat ruangan Operasional, ruang General Affair, ruangan Consumer Processing, mushola, dapur dan dua toilet.

### **3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1**

Visi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 adalah sebagai berikut:

“Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja dengan menjalankan bisnis sesuai dengan kaidah sehingga insya Allah membawa berkah”. Mewujudkan suatu visi, harus didukung dengan suatu misi.

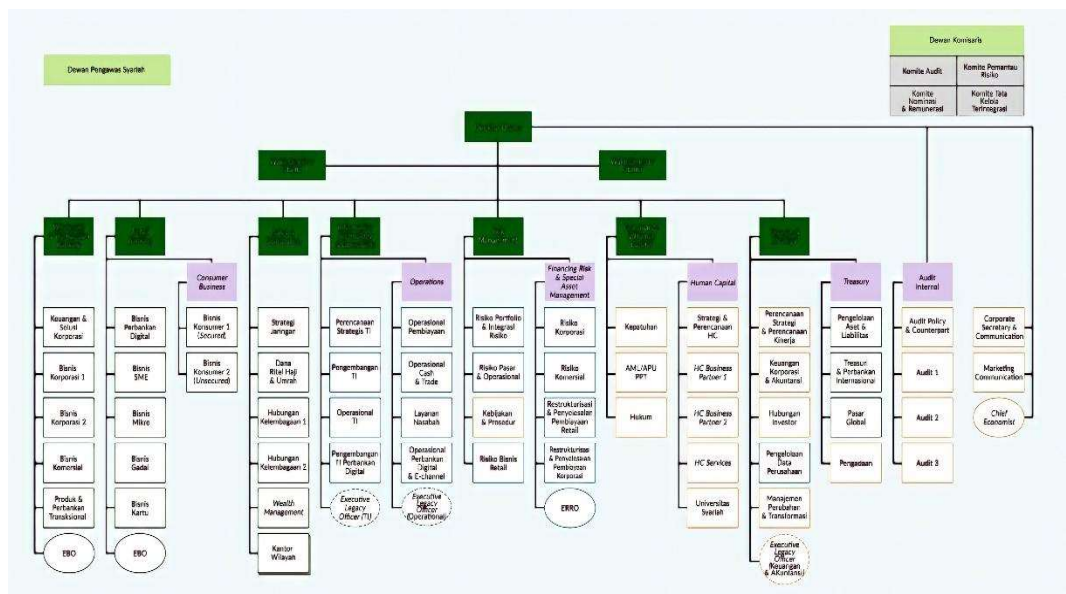
Misi dari Bank Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 adalah sebagai berikut:

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

Dalam mencapai misinya, Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 selalu berupaya memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah/mudārib mulai dari memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, hingga menjaga (menjaga) hubungan baik.

#### D. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1

Gambar 4.1  
Struktur Organisasi



Sumber:

(<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>)

#### 5. Produk

Pada penelitian ini produk yang di teliti adalah produk unggulan Tabungan Haji yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 adalah BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

## **B. Hasil penelitian**

### **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1**

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan suatu bentuk yang diarahkan pada suatu perusahaan atau lembaga keuangan untuk mencapai tujuannya yaitu memperoleh keuntungan. Untuk menahan persaingan dari lembaga keuangan lain, suatu instansi atau lembaga memerlukan strategi pemasaran. Selain itu, kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji Indonesia yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC A.Yani 1 di masa pandemi Covid-19.

Dalam lembaga keuangan syariah sangat diperlukan strategi pemasaran produk-produk dan jasa bank. Produk unggulan Tabungan Haji yang ada di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 adalah BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia. Adapun strategi pemasaran khusus yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 yaitu strategi produk, harga, tempat, dan promosi.

Produk ini merupakan bagian dari bauran pemasaran karena perusahaan yang pandai dan cerdas, akan memasarkan produk sesuai kriteria dan mengutamakan kualitas produk sebagaimana kriteria yang ditetapkan Allah, produk Halal.

Menurut Bapak MT selaku Bank Office Supervisor menjelaskan beberapa strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC

Banjarmasin A. Yani 1 dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji Indonesia di masa pandemi Covid-19 sebagai berikut :

a. Strategi Produk

Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 memiliki berbagai macam produk seperti, tabungan, haji dan umroh, pembiayaan, investasi, transaksi, emas, dan bisnis, serta masih banyak layanan lainnya. Namun yang menjadi fokus kajian dalam penelitian adalah produk unggulan dari BSI yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

b. Strategi Harga

Persaingan global perbankan baik itu perbankan konvensional juga perbankan syariah itu relatif tinggi sebagai akibatnya wajib bisa bersaing terhadap bank-bank lainnya, salah satunya adalah dalam hal penetapan harga.

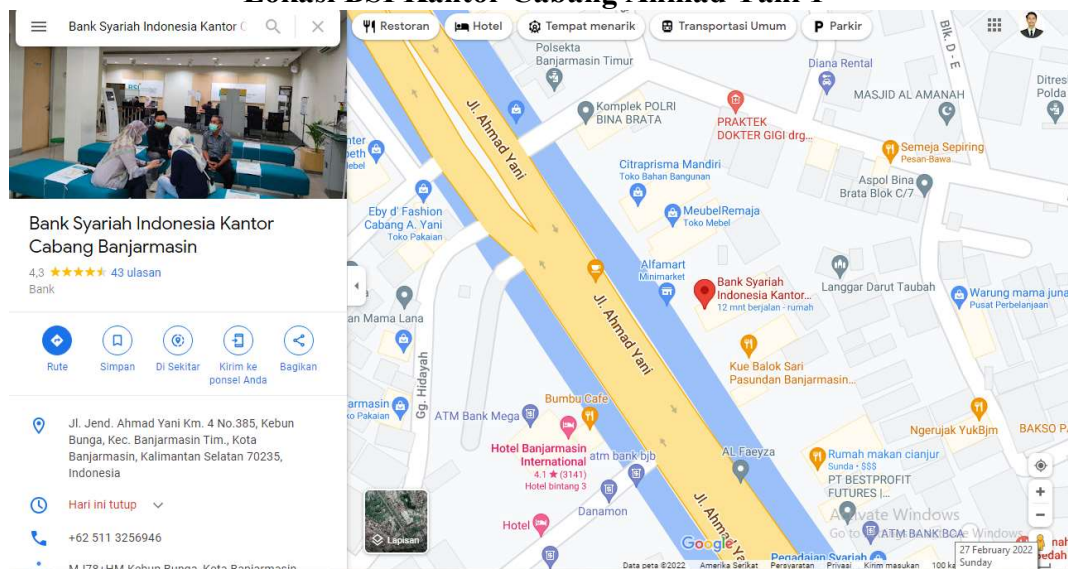
Dalam penetapan harga oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1, produk Tabungan Haji BSI Indonesia dan Tabungan Haji Muda Indonesia BSI masih dalam kategori standar mengingat semakin banyaknya kompetitor yang menawarkan produk serupa. Harga yang dipatok oleh BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 cukup terjangkau bagi kalangan atas namun masih belum terjangkau bagi kalangan bawah. Harga yang ditawarkan minimal setoran awal Rp100.000 (seratus ribu rupiah) dan setoran selanjutnya minimal Rp10.000 (sepuluh ribu rupiah) melalui cabang Rp. 1 melalui E-Channel (Mobile dan Internet Banking).

c. Strategi Tempat

Untuk mempermudah nasabah memperoleh akses dan jangkauan pelayanan bank, BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 memasarkan produk-produknya khususnya produk BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 berlokasi di Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 4 No.385, Kebun Bunga, Kec. Tim Banjarmasin., Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235, Indonesia. Lokasi ini cukup strategis untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik minat pelanggan, karena dekat dengan jalan raya, pusat perbelanjaan, rumah sakit, kampus dan hotel sehingga masyarakat yang lalu lalang dapat menemukan BSI KC Banjarmasin A. Yani 1. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 4.2**  
**Lokasi BSI Kantor Cabang Ahmad Yani 1**



Sumber:

(<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>)

#### d. Strategi Promosi

Promosi adalah kegiatan yang menyampaikan manfaat suatu produk dan mendorong konsumen sasaran untuk melakukan pembelian. Promosi adalah salah satu aspek kunci dari manajemen pemasaran.

Strategi pemasaran khusus yang dilakukan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 adalah strategi promosi. Promosi adalah suatu bentuk pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. (Pulungan, 2019).

Konsep strategi pemasaran yang diandalkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 yaitu dengan menawarkan produk Tabungan Haji kesetiap nasabah yang datang ke pelayanan atau melakukan transaksi lain dan setiap pegawai bank yang ada diwajibkan untuk memasarkan produk-produk di setiap tempat dan keluarga terdekat.

## **2. Kendala-kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1 pada masa pandemi *Covid-19***

Menjalankan kegiatan bisnis dengan produk BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia. BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 selalu memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah yang ingin membuka rekening. Namun tentu saja ada rintangan yang harus diatasi



saat mempromosikan produk ini. Kendala tersebut adalah hambatan yang menghalangi untuk mencapai tujuan.

Menurut Bapak MT selaku Bank Office Supervisor menjelaskan bahwa strategi pemasarannya sering tidak sesuai dengan yang dilapangan misalnya, ketika membagi brosur haji, di car free day, kadang-kadang orang yang diberikan brosur tersebut tidak tertarik, sehingga perlu pendekatan ke setiap orang. Apabila tidak tercapai, biasanya dilakukan evaluasi dengan perbaikan kekurangan produk tersebut, atau tidak memasarkan produk tersebut lagi dan dicarikan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1**

##### **a. Strategi Produk**

Samir Abuznaid (2012) menjelaskan bahwa produk dalam Islam tidak boleh menyebabkan kerusakan atau ketumpulan pada pikiran, harus didukung aset dan dapat dikirim, harus mengidentifikasi fitur tambahan biaya tambahan yang mungkin secara material mengubah dampak produk atau layanan pada keputusan pembelian pembeli. Semua kewajiban harus dilaksanakan dengan itikad baik dan harus didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan, kewajaran dan kesetaraan.

Proses produksi dalam Islam merupakan bagian dari ibadah kepada Allah. Ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan pandangan dunia barat.

Dalam Islam, proses produksi harus sesuai dengan ketentuan Islam, yaitu prinsip hukum menurut syariat Islam, kemurnian, kebenaran dan dapat ditentukan dengan tepat. Terkait dengan prinsip ini, produk yang dipasarkan harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- 1) Halal, tidak merugikan akal dalam bentuk apapun, tidak menimbulkan gangguan masyarakat.
- 2) Produk harus dalam kepemilikan aktual atau di bawah kekuasaan pemilik.
- 3) Produk harus diserahkan karena penjualan produk tidak sah jika tidak dapat ditunjukkan dengan jelas.
- 4) Barang yang dijual harus dapat ditentukan secara tepat jumlah dan kualitasnya.

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar. (Agustina Shinta, 2011). PT. BSI KC Banjarmasin A.yani memiliki produk unggulan yaitu BSI yaitu BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.

#### 1) BSI Tabungan Haji Indonesia

BSI Tabungan Haji Indonesia memiliki keunggulan sebagai berikut:

- Setelah nasabah daftar porsi haji Dilengkapi dengan BSI Debit Haji Indonesia sebagai kartu ATM dengan menggunakan provider Visa
- EBanking (BSI Mobile dan BSI Net Banking)

- Pilihan Notifikasi melalui SMS, email dan WA
- Bebas biaya administrasi
- Membantu perencanaan ibadah haji dan umroh
- Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dari minimal usia 12 tahun.
- Bebas biaya penutupan rekening
- Pelunasan haji dapat dilakukan secara online
- Pembukaan rekening online

Syarat dan ketentuan umum untuk pendaftaran BSI Tabungan Haji Indonesia yaitu:

- Nasabah adalah umat Islam (perorangan) yang berumur di bawah 17 tahun dan berminat menunaikan ibadah Haji.
- Nasabah harus menyerahkan fotokopi KTP dan NPWP, apabila nasabah tidak memiliki NPWP maka dapat melengkapi surat pernyataan tidak memiliki NPWP

## 2) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

BSI Tabungan Haji Muda Indonesia memiliki keunggulan sebagai berikut:

- Setelah nasabah daftar porsi haji Dilengkapi dengan BSI Debit Haji Indonesia sebagai kartu ATM dengan menggunakan provider Visa
- EBanking (BSI Mobile dan BSI Net Banking)
- Pilihan Notifikasi melalui SMS, email dan WA

- Bebas biaya administrasi
- Membantu perencanaan ibadah haji dan umroh
- Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan haji dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementerian Agama dari minimal usia 12 tahun.
- Bebas biaya penutupan rekening
- Pelunasan haji dapat dilakukan secara online
- Pembukaan rekening online

Syarat dan ketentuan umum untuk pendaftaran BSI Tabungan Haji Muda Indonesia yaitu:

- Nasabah adalah umat Islam (perorangan) yang berumur di bawah 17 tahun dan berminat menunaikan ibadah Haji.
- Nasabah ditunjuk atau diwakilkan dengan orang tua atau wali yang sudah cakap hukum.
- Orang tua/wali wajib menyerahkan fotokopi KTP dan NPWP orang tua, untuk anak menyerahkan Akta Kelahiran/Surat Kenal Lahir dan Kartu Keluarga (KK).

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi).

Samir Abuznaid (2012) menjelaskan bahwa dalam perspektif Islam mendorong pendekatan sosial dan kesejahteraan daripada keputusan berdasarkan maksimalisasi keuntungan. Kualitas produk sangat penting dalam etika Islam, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۗ ١٧٢

Dalam Islam tidak ada produk usang, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ۗ ١٦٨

Dalam Islam persetujuan bersama kehendak yang adil dan bebas dari pembeli dan penjual dan tanpa paksaan, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۗ ٢٩

Dalam Islam, produk harus mengutamakan kesejahteraan: *falah*, kesuksesan dan kesejahteraan, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Al-Baqarah ayat 201:

وَمِنْهُمْ مَّنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً وَقِنَا  
عَذَابَ النَّارِ ۝۱

Produk maupun jasa yang dijual memiliki manfaat bagi pembeli. Penjual muslim hendaklah selalu mengutamakan untuk menjual komoditas/ produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dengan mengutamakan untuk menjual produk yang halal dan thayyib serta bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dan hendaknya tidak menjual barang yang tidak memiliki nilai kemanfaatan. (Dhika Amalia Kurniawan Muhammad Zaenal Abidin, 2018).

#### **b. Strategi Harga**

Harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah untuk pertukaran/transaksi, atau jumlah yang harus dibayar konsumen untuk menerima barang atau jasa. Penetapan harga memiliki dampak yang signifikan terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan bagaimana perusahaan memposisikan posisi relatifnya dalam persaingan. (Agustina Shinta, 2011).

Harga yang ditawarkan yaitu setoran awal minimal Rp100.000 (seratus ribu rupiah) dan setoran selanjutnya minimal Rp10.000 (sepuluh ribu rupiah) via Cabang, Rp. 1 via E-Channel (Mobile dan Internet Banking).

Beberapa keunggulan dalam produk ini adalah penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di seluruh cabang Bank sesuai waktu operasional

Bank. Selain itu, saldo minimum yang akan didaftarkan pada Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) adalah jumlah nominal yang ditetapkan oleh Instansi Pemerintah yang memiliki Wewenang Penyelenggaraan Haji dan Umrah ditambah dengan saldo tabungan minimal. Selain itu, penarikan hanya dapat dilakukan dalam “keadaan darurat” (misalnya nasabah mengalami kecelakaan atau musibah) dan hanya dapat dilakukan dengan Slip Penarikan Tabungan, Surat Pernyataan Permohonan Penarikan Sebagian Dana Tabungan Haji Indonesia dan menunjukkan Buku Tabungan, dan penarikan serta transfer dapat dikuasakan dengan melampirkan surat kuasa yang sah dari Nasabah, disertai dengan bukti Identitas dari pemilik dan kuasanya.

Selain itu BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 dalam hal biaya e-channel dikenakan sesuai dengan transaksi diluar transaksi Haji dan tabungan yang ditutup setelah nasabah melakukan pendaftaran Haji tidak dikenakan biaya, sedangkan Tabungan yang ditutup sebelum melakukan pendaftaran Haji dikenakan biaya Rp. 20.000,00.

Nabi Muhammad SAW bersabda dalam hadits “*Allah adalah Harga; Allah memberikan kekayaan dan menahannya, dan saya berharap untuk bertemu Allah ketika ada adalah tidak ada keluhan bahwa saya tidak adil terhadap uang atau darah*”. Menurut Samir Abuznaid (2012) kebijakan penetapan harga dalam Islam harus:

- 1) Tidak memberikan kesan palsu kepada pelanggan bahwa mereka sedang mendapatkan penawaran

- 2) Melarang mendapatkan sesuatu dengan terlalu mudah tanpa kerja keras ,atau menerima keuntungan tanpa bekerja untuk itu
- 3) Mengubah harga produk. tanpa mengubah kuantitas atau kualitas
- 4) Tidak boleh menipu pelanggan yang santai untuk keuntungan gelap
- 5) Dilarang melakukan diskriminasi harga antara penawar dan bukan penawar karena menjual barang dagangan yang sama dengan harga berbeda
- 6) Melarang propaganda palsu dari pemasar internasional mengenai posisi penawaran permintaan melalui media
- 7) Memiliki pengendalian dan manipulasi harga untuk memenuhi kebutuhan pasar akibat kelangkaan pasokan secara alami tidak dilarang
- 8) menimbun produk apapun dilarang dalam Islam.

### **c. Strategi Tempat**

Lokasi bank adalah lokasi tempat barang-barang cabang bank atau pusat administrasi bank diperdagangkan. Menentukan lokasi bisnis adalah pedoman yang sangat penting. Bank berada di lokasi yang strategis, sehingga nasabah dapat dengan mudah menghubungi pihak bank. Dengan jaringan bisnis yang besar dan andal, bank dapat membantu pelanggan secara efektif mengirimkan dan mendistribusikan produk mereka. Lebih mudah dan lebih cepat untuk mendapatkan produk daripada di tempat lain,



ketika pelanggan jauh dari saluran distribusi. (Ari Wardana Pulungan, 2019).

BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 berlokasi di Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 4 No.385, Kebun Bunga, Kec. Tim Banjarmasin., Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70235, Indonesia. Lokasi ini cukup strategis untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik minat pelanggan, karena dekat dengan jalan raya, pusat perbelanjaan, rumah sakit, kampus dan hotel sehingga masyarakat yang lalu lalang dapat menemukan BSI KC Banjarmasin A. Yani 1.

Menurut Samir Abuznaid (2012) Dalam Islam, keputusan mengenai distribusi produk atau jasa harus mempertimbangkan bahwa maksimalisasi keuntungan belum tentu yang paling tepat untuk kesejahteraan masyarakat. Tujuan strategi tempat menurut Islam adalah untuk menciptakan nilai dan menyediakan produk dan layanan yang memuaskan secara etis. Namun, dalam kerangka etika Islam, tujuan utama strategi ini adalah menciptakan nilai dan meningkatkan standar hidup dengan menyediakan produk dan layanan yang memuaskan secara etis.

#### **d. Strategi Promosi**

Promosi pada dasarnya adalah bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran siap untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk perusahaan dan pasar sasaran atas produknya, dan/atau menerima, membeli, dan dengan setia menyampaikan produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. (Agustina Shinta, 2011).

Menurut Bapak MT selaku Bank Office Supervisor menjelaskan beberapa promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 sebagai berikut:

1) Periklanan

Periklanan yaitu menginformasikan tentang suatu produk dalam bentuk komunikasi dengan menggunakan berbagai media sebagai sarana promosi agar mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakannya. Adapun periklanan yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Banjarmasin A. Yani 1 yaitu:

- Media cetak

Media cetak yang dimaksud adalah dengan menyebarkan brosur di lingkungan yang ramai untuk dibaca dan dilihat oleh masyarakat umum. Format brosur disajikan semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membacanya dan dapat mencantumkan persyaratan, produk dan manfaat. Dengan cara ini, calon pelanggan dapat menggunakan informasi yang terdapat dalam brosur untuk memahami produk yang mereka pilih.

- Media elektronik

Media online yaitu iklan yang dilakukan melalui internet. Dengan adanya situs web BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 masyarakat luas dapat mengakses kapan dan dimana saja dengan alamat situs web <https://www.bankbsi.co.id/jaringan/1382>. Pada situs tersebut berisi penjelasan secara lengkap mengenai produk BSI KC Banjarmasin A.

Yani 1 dan informasi lainnya yang tentu sangat berguna bagi calon nasabah yang ingin tahu lebih rinci. Selain itu, media elektronik lainnya dalam periklanan adalah media iklan melalui TV.

## 2) Promosi Penjualan

Pada promosi penjualan ini BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 memberikan dorongan atau ajakan untuk berminat menggunakan produk yang ditawarkan. Biasanya menawarkan produk tersebut pada saat ada acara yang bersifat terbuka, misalnya menawarkan dalam acara majelis event-event publik dan door to door ke satuan kerja instansi-instansi.

## 3) Promosi Pribadi

Dalam promosi pribadi ini sosialisasi BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 yaitu apabila ketemu orang, tidak jauh-jauh keluarga sendiri di tawarkan produknya, setiap nasabah bertransaksi lain, dan setiap pegawai berkewajiban memasarkan produk-produk BSI kapanpun mereka berada. Promosi ini dilakukan kunjungan-kunjungan ke nasabah BSI, menggali kebutuhan nasabah, dan selalu bersilaturahmi disetiap kesempatan. Sehingga kegiatan ini dapat mempertahankan nasaban yang ada dan dapat mencari nasabah baru, dengan menggali kebutuhan nasabah disetiap kunjungan akan membangun rasa saling menguntungkan.

Menurut Samir Abuznaid (2012) dalam Islam tentang Iklan etis adalah tidak melakukan tindakan penyesatan, penipuan atau

kecurangan dalam periklanan, sebagaimana yang dijelaskan dalam Q.S Ali-Imran ayat 77:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ۗۗ

Pengungkapan semua kesalahan dan cacat, baik yang ambigu atau tersembunyi, dalam suatu produk/jasa adalah suatu keharusan. Islam mengutuk semua perilaku promosi yang manipulatif. Nabi Muhammad SAW bersabda “*Yang curang bukan salah satu dari kita*”.

Berdasarkan hasil temuan diatas, maka dapat diketahui bahwa dalam strategi dalam meningkatkan produk tabungan haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Banjarmasin A. Yani pada masa pandemic covid-19 menggunakan marketing mix/ bauran pemasaran dengan konsep 4P yang terdiri dari *product, price, promotion, dan place/distribution.*

## **2. Kendala-kendala dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ahmad Yani 1 pada masa pandemi Covid-19**

BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 selalu memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah yang ingin membuka rekening. Namun tentu saja ada rintangan yang harus diatasi saat mempromosikan produk ini. Kendala tersebut adalah hambatan yang menghalangi untuk mencapai tujuan.

Beberapa hambatan yang dialami BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 dalam memasarkan produknya adalah strategi pemasarannya sering tidak sesuai dengan yang dilapangan, kadang-kadang orang yang diberikan brosur tersebut tidak tertarik, sehingga perlu pendekatan ke setiap orang. Apabila tidak tercapai, biasanya dilakukan evaluasi dengan perbaikan kekurangan produk tersebut, atau tidak memasarkan produk tersebut lagi dan dicarikan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

Pemasaran dalam ekonomi syariah seperti pada lembaga keuangan syariah khususnya BSI KC Banjarmasin A. Yani 1 merupakan kegiatan yang berdasarkan syariat Islam, menghindari segala bentuk yang dilarang. adalah bagaimana bisnis yang dijalankan tidak merugikan salah satu pihak yang berkepentingan, jelas bahwa ada aturan tertentu dalam Al-Qur'an dan hadits yang mengatur tata cara berurusan dengan muamalah, firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al- Mutafifin ayat 1:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱

Dalam sistem operasionalnya lembaga keuangan syariah menggunakan prinsip-prinsip islam sehingga tidak ada unsur curang maupun manipulasi dalam perdagangan sehingga tercipta muamalah yang berlandaskan agama islam. (Nur Azizah, Joko Hadi Pornomo, & Niswatin Nurul Hidayati, 2020).