BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

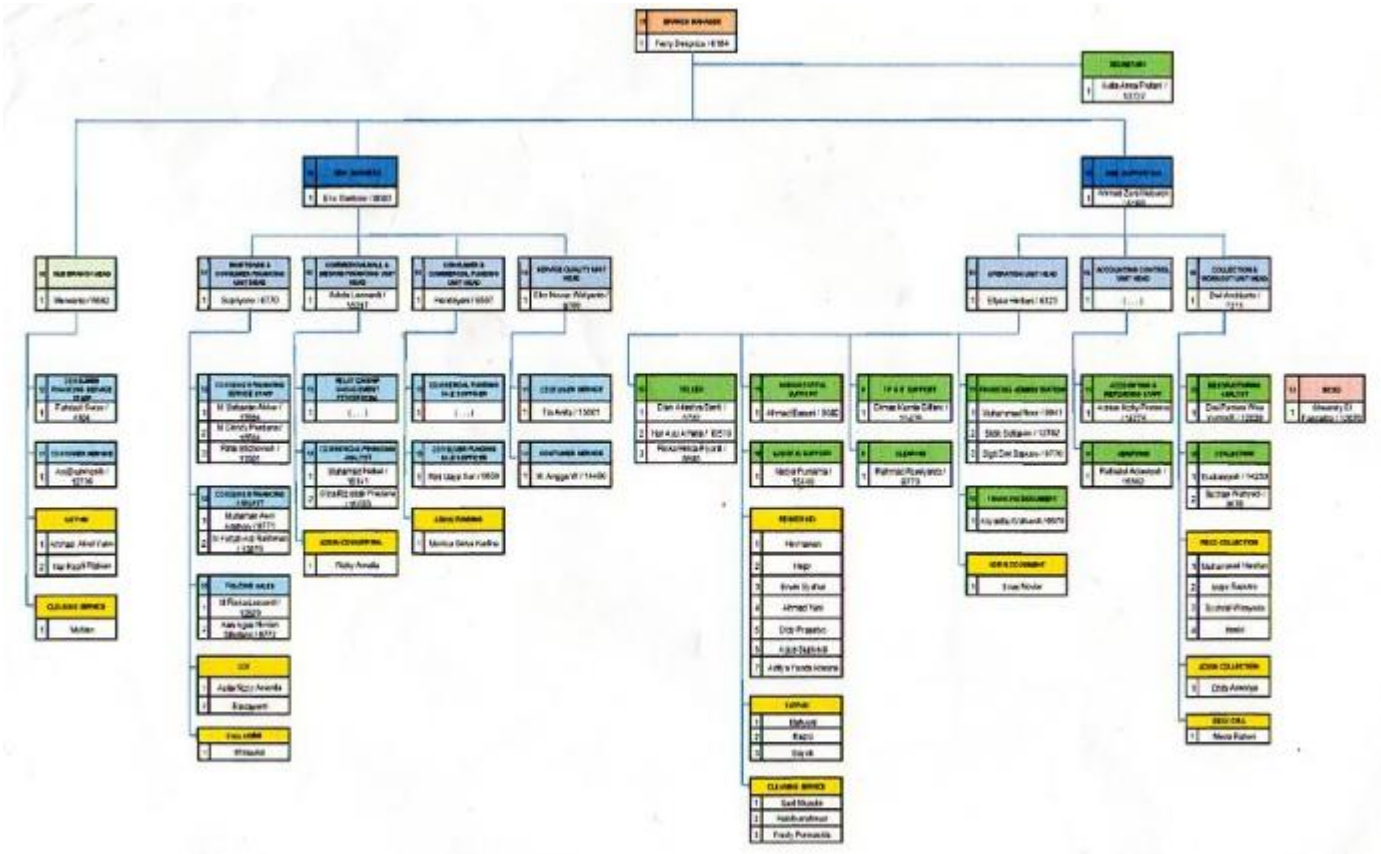
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Alamat Kantor

   Alamat PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syariah, Jl. Jend. A. Yani Km 5 Komplek Kencana No. 1 Banjarmasin.

2. Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syariah Banjarmasin.

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi PT. Bank Tabungan Negara (BTN)
Cabang Syariah Banjarmasin



Sumber: data PT. Bank Tabungan Negara (BTN), 2020

B. Penyajian Data

Penyajian ini telah dilaksanakan dengan melakukan wawancara langsung kepada bagian yang menangani langsung tentang pemasaran yang ada pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Wawancara dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Yang terletak di Jl. Jend. A. Yani Km 5 Komplek Kencana No. 1 Banjarmasin.

1. Identitas Informan

a. Nama : Ani Dwi Ningsih

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Customer Service*

b. Nama : Riska Helda Fiyantie

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Teller Service*

2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji

Berdasarkan hasil wawacara yang saya lakukan selama riset di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dalam memasarkan produknya yang dilakukan oleh bagian pemasaran, dimana mereka harus memiliki strategi yang kreatif sehingga dapat bersaingan dengan bank lain baik itu bank konvensional maupun bank syariah. Berikut bauran pemasaran, menganalisa pasar terlebih dahulu agar mampu untuk bersaing. (Wawancara dengan Ibu Ami Dwi Ningsih selaku *Customer Service*. 18 Februari 2020)

Berikut bauran pemasaran *(marketing mix)* yakni produk *(product)*, harga *(price)*, tempat *(place)*, dan promosi *(promotion)*.

a. Strategi Produk *(product)*.

Produk ini sebagai salah satu dari bagian *marketing mix*, sebagai sosok yang pandai dalam memasarkan produk sesuai dengan kriteria fase diatas serta sangat mengutamkan kualitas produk sebagaimana kriteria yang ditentukan oleh Allah yaitu produk yang halal.

Abuznaid (2012) berpendapat, proses produksi dalam Islam adalah bagian dari ibadah kepada Allah. Hal ini cukup berbeda jika dibandingkan dengan pandangan dunia barat. Dalam Islam, proses produksi harus memenuhi ketentuan dalam Islam, yaitu prinsip sah menurut hukum Islam, kesucian, benar adanya dan dapat ditentukan secara tepat. Terkait dengan prinsip tersebut maka produk yang dipasarkan harus memenuhi ketentuan:

1) Halal, tidak menyebabkan kerusakan pikiran dalam bentuk apapun, tidak menyebabkan gangguan pada masyarakat.
2) Produk harus dalam kepemilikan sebenarnya atau di bawah kekuasaan pemilik.
3) Produk harus diserahkan karena penjualan produk tidak berlaku jika tidak dapat ditunjukkan secara jelas.
4) Objek yang dijual harus dapat ditentukan secara tepat kuantitas dan kualitasnya.

Selain menyiapkan produk bank juga menyiapkan strategi bagaimana memasarkan produk tersebut agar laku di pasaran dan sehingga terhindar dari praktek riba sehingga produk yang ditawarkan oleh bank syariah pastinya berbeda dengan produk yang ada di bank konvensional dan yang lebih utama bank syariah harus mengutamakan kesyariahaan dengan yang mana menggunakan sistem bagi hasil. Strategi produk yang dilakukan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Yaitu:

1) Perluasan Produk BTN Syariah dalam mengembangkan produknya agar tetap mampu untuk bersaing dengan bank lainnya.
2) Strategi produk BTN Syariah juga memiliki ciri khas agar mudah lebih diingat dan dikenal dengan nama produk yang simple sehingga calon nasabahnya mudah mengingat.
3) Dalam menawarkan produknya BTN Syariah banyak mengenalkan atau menawarkan produknya untuk semua kalangan baik itu untuk anak-anak, kalangan dewasa sampai menengah keatas yang sudah mempunyai KTP sebagai syarat untuk membuka buku tabungan baru.

b. Strategi Harga *(place)*

Persaingan dunia perbankan baik itu perbankan konvensional maupun perbankan syariah itu cukup tinggi sehingga harus mampu bersaing terhadap bank-bank lainnya, BTN Syariah ini menawarkan

produknya dengan setoran awal minimal Rp. 100.000 dengan bebas biaya administrasi.

c. Strategi Tempat *(place)*

Lokasi yang tepat akan berdampak siginifikan terhadap penjualan suatu produk terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa, seperti perbankan. Lokasi yang dekat dengan jalan raya akses di jalan Ahmad Yani Km 5,5, tempat lokasi yang strategis yang mudah untuk dijangkau masyarakat dengan berada dipinggir jalan raya kota. Dengan aksesnya mudah ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

d. Strategi Promosi *(Promotion)*

Promosi berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran yang membelinya. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran.

Ini adalah satu tujuan dari BTN Syariah yaitu mempromosikan macam macam produk yang ada di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Ini dengan maksud yaitu menginformasikan apasaja yang menarik dari macam-macam tabungan, salah satu produk dari BTN Syariah yaitu Tabungan Haji. Ada beberapa macam sarana promosi yang digunakan oleh pihak PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Ini yaitu:

1) Periklanan bisa memasang spanduk dan baleho dilokasi strategi, mencetak brosur untuk disebarluaskan dan dibagikan kepada para konsumen.
2) Melalui media sosial media yaiu seperti web site dan instagram.
3) Memberikan souvenir atau hadiah bagi calon Jemaah haji seperti mukena/kain ihram, payung, tubler, batik, tas,buku panduan haji, dan tasbih. (wawancara dengan ibu Riska Helda Fiyantie selaku Teller Service & ibu Ami Dwi Ningsih Selaku Customer Service Tanggal 18 Februari 2020)

2. Kendala yang dihadapi dalam Menerapkan Strategi Produk Tabungan Haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Kendala yang dimaksud disini yaitu berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dalam memperoleh nasabah untuk menabung dana haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Sebab saat sekarang ini banyak perbankan lainnya yang berlomba-lomba untuk meraih nasabah serta bersaing untuk memperoleh dana setoran haji, karena segala apapun bisa dilakukan oleh perbankan lainnya.

Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yaitu:

a. Kehadiran Perbankan Lainnya Yang Juga Melayani Tabungan Haji

Disini maksudnya yaitu banyak perbankan yang di hadirkan di kota Banjarmasin ini salah satu nya yaitu PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Kehadiran bank lainnya juga mengelola dana tabungan haji secara langsung ini akan menjadi saingan, dan juga kurangnya outlet masih dapat dihitung cabang dari PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Yang ada di Kalimantan Selatan. (Wawancara dengan Ibu Ami Dwi Ningsih selaku *Customer Service*. 18 Februari 2020)

Oleh karena itu PT. BTN Syariah harus siap bersaing untuk memperoleh nasabah begitu juga dirasakan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dalam menjaring dana nasabah dan memperoleh nasabah kalau tidak begitu dan tidak siap maka akan kalah dalam bersaing.

Bank BTN Syariah harus memperbanyak Cabang dan harus melakukan berbagai promosi dan pemasaran yang kuat agar mendapatkan nasabah tabungan haji. Hal ini penting agar dana yang diserah bank dari masyarakat semakin banyak pula.

b. Kurangnya Pemahaman Masyarakat Dengan Adanya Tabungan Haji

Yang dimaksud disini yaitu masyarakat masih kurang untuk memahami adanya tabungan haji ini jadi masih ada kendala untuk meningkatkan jumlah nasabah, dari itu PT BTN Syariah gencar untuk mempromosikan produk tabungan haji ini beserta apa-apa saja keuntungan

dari menabung tabungan haji ini dan juga mengadakan penyebaran promosi yang luas baik itu dari acara manasik haji, promosi lewat media online, browser,spanduk/baleho, acara bazaar dan di kantor BTN Syariah dengan memberikan brosur tentang haji.

C. Analisis Data

Dalam hal ini peneliti menganalisis bagaimana strategi pemasaran tentang tabungan haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dengan menggunakan sistem bauran pemasaran 4P dan apa saja kendala yang di hadapi oleh marketing BTN Syariah dalam memasarkan atau mengenalkan produk tabungannya.

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Sebelum membuat organisasi atau perusahaan haruslah dibuat visi dan misi terlebih dahulu untuk menetapkan tujuan organisasi yaitu:

a. Visi

Menjadi Strategic Unit BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama.

b. Misi

1) Mendukung pencapaian laba usaha BTN.
2) Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

3) Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan *shareholders value*.
4) Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.

Pemasaran tidak terlepas dari unsur-unsur persaingan. Biasanya, tidak ada satu bisnis pun yang leluasa bisa santai menikmati penjualan dan keuntungan. Paling tidak, bukan untuk waktu yang lama karena akan ada persaingan yang ingin turut menikmatinya, bahkan yang sering terjadi adalah sebuah persaingan yang sangat kejam, persaingan tidak mengenal belas kasihan. Persaingan tidak akan menanyakan apakah modal si pesaing itu dari warisan, atau berasal dari hasil pinjaman.

Pentingnya pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank yaitu dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran akan menjadi sangat penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran ini juga dilakukan untuk menghadapi para pesaing yang ada diluar dalam menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu. Banyak lembaga keuangan syariah pada zaman sekarang yang menyediakan produk-produk Bank maupun jasa Bank maka tidak heran pula dalam dunia lembaga keuangan banyak persaingan yang semakin ketat.

PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Sangat memperhatikan strategi untuk memasarkan tabungan haji

ini mengingat banyaknya persaingan dalam produk tabungan haji ini, karena adanya persaingan antar bank saat ini, maka Bank Indonesia yang memiliki produk Tabungan Haji dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Pimpinan dan tenaga pemasaran di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syariah Banjarmasin. Sangat menekankan pentingnya peranan strategi pemasaran dalam sauatu perusahaan, selain merincikan strategi dalam setiap rencananya, mereka mengandalkan penalaran yang lebih mantap dalam menetapkan pemasaran. (Huda, 2017)

Strategi dalam pemasaran ini sangat penting mengingat sebaik apa pun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan baik jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Justru strategi pemasaran yang ini lah yang merupakan ujung tombak untuk meraih konsumen sebanyak-banyaknya. Di samping itu, tujuan startegi pemasaran juga digunakan untuk menjatuhkan lawan, atau menghadapi serangan pesaing yang ada yang akan masuk.

Untuk mencapai tujuan dalam sebuah perusahaan juga diperlukan langkah-langkah tertentu. Ukuran keberhasil perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil.

Memperhatikan uraian dari penyajian data tersebut maka strategi yang digunakan PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dalam menjaring nasabah produk tabungan haji pada dasarnya merupakan bagian dari produktivitas suatu perusahaan perbankan syariah. Keberhasilan suatu perusahaan ataupun perbankan sebenarnya dapat dilihat dari kemampuan dalam menghasilkan nasabah yang intinya pula adalah dapat meraih laba (keuntungan). Kuncinya dari semua ini yaitu kemampuan dalam bersaing dan kemampuan dari sumber daya manusia yang bekerja pada perusahaan tersebut, kecerdasan, mampu dalam menyesuaikan diri serta keterampilan yang memadai, juga termasuk dalam kemampuan menggunakan perangkat teknologi canggih, karena saat ini teknologi lah yang paling diandalkan dalam kemampuannya sebab itu akan menjadi keuntungan dari sebuah perusahaan ataupun perbankan. Karena semua yang dilakukan bisa melalui internet untuk menjaring promosi yang dilakukan dari itu harus di perlukan keahlian dalam menggunakan teknologi, sebab ini sangat memudahkan pelayanan bertransaksi dalam pelayanan dan bisa juga membuat website tentang ibadah haji, karena bertransaksi menggunakan internet itu pelayanan di bidang jasa. Sebab saat ini semua sudah terhubung baik itu dari sistem komputer maupun android.

Mengenai strategi yang digunakan PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler. Di dalam menjaring nasabah, sistem bauran pemasaran yang digunakan yaitu dengan 4P, yaitu produk *(product),* harga *(price),* tempat *(place),* promosi *(promotion)*.

a. Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar guna mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikomsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dari pengertian ini bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan baik itu jasa maupun barang.

Produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin sangat beragam tentunya sangat beragam karena di BTN Syariah ini jauh dari unsur riba. tabungan BTN Haji dan Umrah iB. Banyak memiliki kelebihan yang terdapat dari Tabungan Haji ini yaitu akad nya sesuai dengan prinsip syariah, mudah untuk bertransaksi, dan bebas biaya administrasi.

Berikut mengenai penjelasan dari produk Tabungan BTN Haji dan Umrah iB

1) Produk Tabungan Haji dan Umrah iB

a) Fasilitas atau Manfaat

(1) Mudah memperoleh nomor porsi (Ibadah Haji Reguler) Karena terhubung langsung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskopat) *Online* Kementrian Agama RI.

(2) Berangkat dengan harga yang murah namun dengan fasilitas dan maskapai yang terbaik karena telah bekerja sama dengan tour & travel nasional/daerah terpercaya di Indonesia.

(3) Bebas biaya administrasi.

(4) Mendapatkan souvenir yang menarik untuk kelancaran Ibadah haji perorang.

(5) Bebas setiap saat menambahkan saldo.

(6) Dapat bertransaksi di seluruh jaringan kantor Cabang BTN Syariah secara online.

(7) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.

(8) Kemudahan bertransaksi di Arab Saudi atau luar negeri lainnya dengan kartu Debit BTN Syariah Visa (diberikan saat akan berangkat Haji).

b) Syarat dan ketentuan

(1) Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).

(2) Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).

(3) Melampirkan fotokopi kartu keluarga, akta, dan KTP orang tua (untuk pembukaan bagi anak-anak).

c) Fitur dan Biaya

(1) Setoran awal minimum Rp. 100.000.

(2) Setoran berikutnya minimum Rp. 100.000.

(3) Saldo mengendap minimum Rp. 100.000.

(4) Mendapatkan kartu Debit BTN Syariah Visa.

(5) Dana dapat ditarik sekali jika mendesak.

(6) Tidak ada asuransi jiwa dan kecelakaan.

(7) Mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.

(8) Biaya administrasi bulanan tabungan Gratis.

(9) Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis, Rp. 10.000.

(10) Biaya pergantian buku tabungan karena hilang/rusak Rp. 10.000.

(11) Biaya penutupan rekening Gratis.

Tabungan BTN Haji dan Umrah iB yang dimana tabungan ini yaitu untuk calon jamaah dan masyarakat yang ingin menabung dengan tabungan haji ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya perjalanan ibadah haji mereka. Tabungan haji ini merupakan produk simpanan dari BTN Syariah bagi calon jemaah Haji Reguler dengan akad mudharabah mutlaqah, yang dimana banyak fasilitas dan keunggulan yang di tawarkan didalam nya, syarat dan ketentuan untuk menjadi nasabah tabungan haji sangat lah mudah dan juga ketentuan biaya yang ditawarkan itu sangat terjangkau.

b. Strategi Harga

Harga merupakan salah satu dari variabel pemasaran atau penjualan. Pada strategi ini pemasaran dalam harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih dari biaya yang dikeluarkan. Bank Tabungan Negara (BTN) Cabang Syariah Banjarmasin dalam menerapkan harga yaitu dalam setoran

awal cuma RP. 100.000 dan setoran berikutnya RP. 100.000. Tabungan bisa ditarik 1 kali jika mendesak, Maka tidak heran jika BTN Syariah itu lebih unggul dalam memasarkan harga nya sehingga ini menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memilikki tabungan haji, karena hanya dengan biaya Rp. 100.000 masyarakat sudah dapat memiliki buku rekening tabungan haji BTN Syariah Indonesia.

c. Strategi Tempat

Tempat adalah salah satu keberhasilan dalam memasarkan produk, tempat yang ramai akan meningkatkan pengetahuan masyarakat akan suatu perusahaan. Penentuan tempat atau lokasi bertujuan untuk memberikan kemudahan barang dan jasa.

Penentuan lokasi sebuah bank itu merupakan faktor yang sangat penting apalagi dalam persaingan yang sangat ketat antar perbankan. Dengan penetuan lokasi bank yang tepat maka target pencapaian akan dapat diraih apalagi gedung dan ruangan bank ditata dengan baik maka akan menambah kenyaman dalam bank tersebut. BTN Syariah Kantor Cabang Pembantu Banjarmasin letaknya sangat strategis dan mudah ditemukan dengan berada persis dipinggir jalan raya kota Banjarmasin yakni di Jl. Jend. A. Yani Km 5 Komplek Kencana No. 1 Banjarmasin. Dengan tempat lokasi yang strategis ini memudahkan BTN Syariah untuk melakukan transaksi pemasarannya.

d. Strategi Promosi

Setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan. Salah satu dari tujuan promosi yaitu adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kegiatan yang termasuk pun seperti periklanan, promosi penjualan dan penjualan pribadi.

Adapun hal yang dilakukan BTN Syariah yaitu dengan:

1) Periklanan bisa memasang spanduk, baleho dilokasi yang strategi.
2) Brosur untuk disebarluaskan dan dibagikan kepada para konsumen.
3) Seminar produk tabungan Haji.
4) Melalui media sosial, web site dan instagram.
5) Mengikuti acara bazar.

Dari promosi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pemasarannya melalui media promosi seperti: melalui papan spanduk atau baleho dipinggiran jalan yang starategi, media cetak: Browser ataupun internet. Dengan melalui media ini masyarakat akan mengetahui lebih jelas nya juga walapun tidak secara langsung datang ke tempat Bank tersebut.
2) Era jaman digital ini masyarakat akan lebih mudah juga untuk membuka website BTN Syariah yaitu cukup dengan membuka website https://www.btn.co.id/id/Syariah-home.

3) Melalui dengan adanya seminar tentang ibadah haji yang langsung dari Departemen agama, maka masyarakat banyak untuk mengetahui nya, BTN Syariah biasa juga mempromosikan di saat acara seminar haji agar para jemaah manasik tersebut menyampaikan kepada keluarga-keluarga mereka.
4) Mempromosikan di saat mengikuti acara bazaar dan Periklanan bisa memasang spanduk dan dilokasi strategi, mencetak brosur untuk disebarluaskan dan dibagikan kepada para konsumen.

Dengan maksud dan tujuan yaitu:

1) Untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa bank yang dimiliki oleh suatu bank.
2) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan dari produk tabungan haji.
3) Untuk menarik perhatian dan minat nasabah.

Dari teori ini BTN Syariah sudah menjalankan tujuan pemasaran dengan baik, adapun kegiatan promosi yang lain yaitu dengan menggunakan memberikan fasilitas untuk nasabah calon jemaah haji, ini salah satu Strategi yang digunakan Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. untuk melakukan sebagai daya tarik kepada nasabah ketika mereka menunaikan atau berangkat haji. Pihak BTN Syariah juga memberikan fasilitas sebagai penunjang bagi calon jemaah haji yang berupa kipas, payung, kain ihram, tas, baju dan perlengkapan lainnya sebagai penunjang keberangkatan calon ibadah haji ini.

Ini adalah satu-satu nya bank yang memberikan fasilitas seperti ini yaitu cuma BTN Syariah saja, karena adanya hadiah atau fasilitas untuk jemaah haji ini akan menimbulkan kebahagiaan tersendiri untuk para nasabah atau calon jemaah ibadah haji karena ada kesenangan tersendiri yang mereka dapatkan saat menabung di BTN Syariah ini. Karena mereka merasa di hargai sehingga mendapatkan fasilitas tersebut dan juga mendapatkan kemudahan untuk melaksanakan ibadah haji.

Akan tetapi fasilitas yang diberikan tersebut biasanya memiliki nama tersendiri misalkan tas, baju, payung dan kipas itu memiliki nama yang bertuliskan PT. BTN Syariah Cabang Banjarmasin, sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan ini sebagai daya tarik untuk nasabah lainnya.

Berdasarkan analisis peneliti bahwa strategi pemasaran produk tabungan haji yang diterapkan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin yaitu hanya menggunakan strategi bauran pemasaran 4P bukan 7P, karena hanya ada empat strategi yang diterapkan sesuai dengan teori. Sedangkan yang tiga strategi seperti strategi orang (*people)*, strategi proses (*process)* dan strategi tampilan fisik (*physical evidence*) masih belum diperhatikan dan dijalankan dengan baik. Strategi yang diterapkan kurang maksimal, hal ini dapat mempengaruhi keberhasilan pemasaran produk tabungan haji pada PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

2. Kendala Yang di Hadapi Dalam Menerapkan Strategi Produk Tabungan Haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Bank Indonesia menilai inovasi dan promosi produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah pada masyarakat masih menjadi kendala utama dalam mengembangkan industri. Inovasi produk perbankan syariah yang lambat membuat perkembangan perbankan syariah masih lambat. Hanya terfokus produk-produk standar (tabungan, deposito), pembiayaan belum ada yang canggih (Mulya E. Siregar, 2011).

Pemasaran yang dilakukan tidak terus berjalan dengan lancar karena ada saja kendala atau hambatan yang diterima oleh pemasar sehingga mengalami kesulitan. Mengenai kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi produk tabungan haji di PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin seperti teori yang dikemukakan oleh Mulya E. Siregar. Adapun kendala-kendala yang dihadapi adalah sebagai berikut:

a. Kurangnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah

Yang dimaksud disini yaitu masyarakat masih kurang untuk memahami adanya tabungan haji ini jadi masih ada kendala untuk meningkatkan jumlah nasabah, dari itu BTN Syariah gencar untuk mempromosikan produk tabungan haji ini beserta apa-apa saja keuntungan dari menabung tabungan haji ini dan juga pihak BTN Syariah membuat souvenir sebagai daya tarik untuk jemaah haji yang berangkat. Mengadakan penyebaran promosi yang luas baik itu dari acara manasik

haji, promosi lewat media online, acara bazaar dan di kantor BTN Syariah dengan memberikan brosur tentang haji.

b. Kehadiran perbankan lainnya yang juga melayani tabungan haji

Disini maksudnya yaitu banyak perbankan yang di hadirkan di kota Banjarmasin ini salah satu nya yaitu PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin, kehadiran bank lainnya juga mengelola dana tabungan haji secara langsung ini akan menjadi saingan dari PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin.

Oleh karena itu BTN Syariah harus siap bersaing untuk memperoleh nasabah begitu juga dirasakan oleh PT. Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Banjarmasin. Dalam menjaring dana nasabah dan memperoleh nasabah kalau tidak siap maka akan kalah dalam bersaing. BTN Syariah harus melakukan berbagai promosi dan pemasaran yang kuat agar mendapatkan nasabah tabungan haji.