

**MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH
TERHADAP PRODUK RENCANA TABUNGAN HAJI PADA PT BANK
TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saefuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

MELA HIKMATUL SABILA
NIM. 1717202033

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mela Hikmatul Sabila
NIM : 1717202033
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan
Program studi : Perbankan Syariah
Judul skripsi : *Marketing Mix* Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Rencana Haji Pada PT Bank Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 21 September 2023

Saya yang menyatakan,



Mela Hikmatul Sabila

NIM. 1717202033

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH
TERHADAP PRODUK RENCANA TABUNGAN HAJI PADA PT BANK
TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Mela Hikmatul Sabila NIM 1717202033** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 17 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Dr.M. Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Pembimbing/Penguji

Mahardhika Cipta Raharja, S.E., M.Si.
NIDN. 2010028901

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jusuf Abdul Aziz, M.Ag.
NH: 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulis skripsi dari saudari Mela Hikmatul Sabila NIM 1717202033 yang berjudul:

**MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK
RENCANA TABUNGAN HAJI PADA PT BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR
CABANG PEMBANTU SYARIAH PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Negeri Islam Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana ilmu Perbankan Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum wr.wb

Purwokerto, 21 September 2023
Pembimbing


Mahardika Cipta Raharja, S.E., M.Si.
NIP. 20 100 28901

MOTTO

“Mulailah dari langkah pertama untuk menuju tujuan utama”

“Mela Hikmatul Sabila”



**MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH
TERHADAP PRODUK RENCANA TABUNGAN HAJI PADA PT BANK
TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH
PURWOKERTO**

Mela Hikmatul Sabila

1717202033

Email: melahikmatulsabila@gmail.com

Jurusan Ekonomi Dan keuangan Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

ABSTRAK

Strategi Pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberikan arah kepada usaha – usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing – masing tingkatan serta lokasinya. Konsep yang dilakukan oleh Bank yaitu menggunakan *Marketing Mix* untuk meningkatkan jumlah nasabah, salah satunya di Bank BTN Syariah KCP Purwokerto.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif, pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, jurnal, dan buku guna mendapatkan informasi dan bukti dalam proses penelitian. Dalam teknik analisis data menggunakan data model Miles dan Huberman Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian data, dan Penyimpulan dan verifikasi.

Penelitian ini membahas penerapan *marketing mix* di BTN Syariah KCP Purwokerto dalam meningkatkan jumlah nasabah produk rencana tabungan haji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk perencanaan tabungan haji pada BTN KCPS Purwokerto telah meningkatkan minat nasabah dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) melalui *Bundling* nasabah KPR, Persyaratan yang mudah, melalui strategi promosi karyawan, media sosial, menyebar brosur ditempat keramaian, memberikan informasi benefit untuk mempermudah nasabah untuk mengetahui rencana tabungan haji dengan setoran auto debit yang diberikan oleh bank BTN Syariah KCP. Faktor pendukung terhadap produk rencana tabungan haji termasuk promosi di media sosial, sistem jemput bola, dan sistem bundling nasabah KPR. Namun, faktor penghambat termasuk kurangnya pemahaman dan kepercayaan konsumen terhadap produk, serta tidak ada bagian khusus pemasaran di Bank BTN Syariah KCPS Purwokerto.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Minat Nasabah, Produk Rencana, Tabungan Haji.*

**MARKETING MIX TO INCREASE CUSTOMER INTEREST IN
HAJJ SAVING PLAN PRODUCTS AT PT BANK TABUNGAN NEGARA
SYARIAH SUB-BRANCH OFFICE PURWOKERTO**

Mela Hikmatul Sabila

1717202033

Email: hikmatulsabilamela@gmail.com

Sharia Banking Study Departement Of Islamic Economics State Islam
University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Marketing Strategy is a series of goals and objectives, policies and rules that provide direction to marketing efforts from time to time at each level and location. The concept implemented by the Bank is to use a marketing mix to increase the number of customers, one of which is at Bank BTN Syariah KCP Purwokerto.

This type of research is field research using qualitative methods, data collection used is observation, interviews, documentation, journals and books to obtain information and evidence in the research process. In data analysis techniques using the Miles and Huberman data model: Data collection, data reduction, data presentation, and conclusion and verification.

This research discusses the implementation of marketing mix at BTN Syariah KCP Purwokerto in increasing the number of customers for Hajj savings plan products. The results of the research show that . The marketing concept in increasing customer interest in Hajj savings planning products at BTN KCPS Purwokerto has increased customer interest with a marketing mix through KPR customer bundling, easy requirements, through employee promotion strategies, social media, spreading brochures in crowded places, providing benefit information to make it easier for customers to find out about Hajj savings plans with auto-debit deposits provided by BTN Syariah KCP bank. Supporting factors for Hajj savings plan products include promotions on social media, pick-up systems, and KPR customer bundling systems. However, inhibiting factors include a lack of consumer understanding and trust in the product, as well as a lack of no part specifically marketing at Bank BTN Syariah KCPS Purwokerto.

Keywords: *Marketing Strategy, Customer Interest, Plan Products, Hajj Savings.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158/1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah di tulis lengkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan tulisan

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
حزبية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dihendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliyâ</i>
---------------	---------	--------------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dhammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + Alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
2.	Fathah + ya’ mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya’ mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya’ mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A’antum</i>
اعتدت	Ditulis	<i>U’iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La’in syakartum</i>

8. Kata Sandang Alif + Lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyah ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur’an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

- b. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyah tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama</i>
--------	---------	----------------

9. Penulisan Kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapan

زوي الفرض	Ditulis	Zawi al-furud
هل السنة	Ditulis	Ahl as-Sunah



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Allhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunianya. Penulis akhirnya dapat menyelesaikan Penulisan skripsi ini yang berjudul “*marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk rencana tabungan haji pada PT bank tabungan negara kantor cabang pembantu syariah purwokerto”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, serta para pengikutnya dari zaman kegelapan menuju jalan terang benerang seperti sekarang ini.

Skripsi ini dapat di selesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi pada jurusan Perbankan Syariah. Dalam penyusunan skripsi ini banyak mengalami hambatan, namun berkat banyak pihak yang memberi dukungan dan bantuan selama menyelesaikan studi dan tugas akhir ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya penulis dengan penuh rasa hormat mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Hastin Tri Utami S.E., M.Si., Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Mahardika Cipta Raharja, S.E., M.Si. Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, masukan dukungan,, serta kesabaran demi terselesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, kesehatan dan membalas kebaikan bapak.

6. Segenap dosen dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan pelayanan akademik dengan tanggap dan baik.
7. Kedua orang tua, Bapak Tikwo dan Ibu Yati Setianingsih yang selalu memberikan doa dan kasih sayang yang tulus. Semoga selalu dalam lindungan Allah Swt dan diberikan kelancaran rezekinya.
8. Suami tercinta, M. Ikhwan Zakaria Al-Faris yang telah memberikan dukungan, dorongan, semangat tiada hentinya.
9. Adiku, Ferdi Maulana Sabili serta mbah uti, tante, om yang selalu memberikan doa dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh karyawan dan Staff Bank Tabungan Negara Syariah KCP Purwokerto yang telah memberikan pengalaman dan membantu dalam penyusunan skripsi
11. Teman-teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah A 2017 yang telah berjuang bersama di bangku perkuliahan dalam keadaan suka dan duka.
12. Teman-Teman PMII Komisariat Rayon FEBI yang telah memberikan motivasi, memberikan pengalaman serta pelajaran di organisasi.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberi doa dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Purwokerto, 21 September 2023

Penulis,



Mela Hikmatul Sabila

NIM. 1717202033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
MOTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Strategi Pemasaran.....	15
B. Segmentasi Pasar.....	17
C. Bauran pemasaran (<i>marketing mix</i>).....	18
D. Sikap Konsumen	22
E. Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
F. Tabungan Haji.....	24
G. Landasan Al Qur'an dan Hadist Terkait Ibadah Haji.....	25
H. Bank Syariah.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis penelitian	31
B. Tempat Penelitian dan Waktu	31
C. Sumber Data.....	31

D. Subjek dan Obyek Penelitian.....	33
E. Teknik Pengumpulan data.....	33
F. Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	35
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum.....	39
B. Strategi pemasaran dalam meningkatkan produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Purwokerto	52
C. Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto.....	61
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jumlah Keberangkatan Jamaah Haji	1
Table 1.2 Jumlah Nasabah Perbulan Tabungan Haji di BTN Syariah KCPS Purwokerto.	6
Table 1.3 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Periode 2018 – 2021	6



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	24
Gambar 1.2 Struktur Organisasi BTN Syariah KCP Purwokerto	43



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Pedoman Wawancara
- Lampiran 2: Dokumentasi wawancara, dan Brosur
- Lampiran 3: Sertifikat BTA dan PPI
- Lampiran 4: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
- Lampiran 5: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
- Lampiran 6: Sertifikat KKN
- Lampiran 7: Sertifikat PPL
- Lampiran 8: Sertifikat PBM
- Lampiran 9: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 10: Surat Keterangan Lulus Komprehensif
- Lampiran 11: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 12: Riwayat Hidup



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama mayoritas penduduk Indonesia. Sebagai umat yang beragama tentunya harus menjalankan perintah-perintah di dalam agama tersebut. Sebagaimana yang ditetapkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Penyelenggara Ibadah Haji Bab I Pasal I menyebutkan bahwa ibadah haji adalah rukun Islam yang kelima merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang sudah mampu untuk menunaikannya. Penyelenggaraan ibadah haji yang diselenggarakan setiap bulan *Dzulhijjah* menjadi peristiwa berharga bagi umat Islam di seluruh dunia, terutama umat Islam yang ada di Indonesia. Pemerintah Arab Saudi sebagai penyelenggara ibadah haji memberlakukan kuota bagi setiap Negara muslim yang hendak memberangkatkan jamaah hajinya. Berikut ini perolehan kuota pemberangkatan ibadah haji bagi Negara Indonesia dari tahun 2015–2023 :

Negara	Jumlah Jamaah Haji yang Diberangkatkan ke Tanah Suci Mekah (Orang)								
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INDONESIA	168,800	168,800	221.000	221.000	231.000	-	-	100.051	221.000

Tabel 1.1 Jumlah Keberangkatan Jamaah Haji

Sumber: (Badan Pusat Statistik, Jumlah Jamaah Haji yang Diberangkatkan ke Tanah Suci Mekah, Jakarta: 2022)

Dari tabel jumlah jamaah haji yang diberangkatkan ke tanah suci Mekah dapat terlihat bahwa kenaikan kuota jamaah haji terjadi pada tahun 2015-2016 mendapat penurunan jumlah kouta keberangkatan jamaah haji hanya sebesar 168.800 kouta. Pada tahun 2017-2018 mendapatkan kenaikan kouta keberangkatan jamaah haji sebesar 221.00. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah kouta keberangkatan jamaah haji sebesar 231.00. Namun pada tahun 2020 dan 2021, Indonesia tidak mendapatkan kouta haji karena pandemi covid-19. Di tahun 2022 mendapatkan kouta pengurangan jamaah

haji sebesar 20% karena pandemi Covid-19 Arab Saudi membatasi usia jamaah haji di bawah usia 65 dan pada tahun 2023. Indonesia yang terjadi di beberapa negara termasuk Arab Saudi sendiri. Dari daftar tunggu haji yang dirilis Kementerian Agama, pendaftar ibadah haji Indonesia telah mencapai sekitar 4.250.000. Sedangkan kuota haji yang diberikan Kerajaan Saudi Arabia kepada Indonesia hanya sekitar 221.000 di tahun 2020-2021. Supaya dana itu aman untuk menunaikan salah satu kewajiban seorang muslim. Maka sekarang banyak perusahaan-perusahaan yang membuka biro perjalanan haji. Baik Ongkos Naik Haji (ONH) biasa atau Ongkos Naik Haji (ONH) plus. Perbedaan keduanya terletak pada penyelenggara, biaya, durasi pelaksanaan, dan fasilitas yang didapat selama di tanah suci. Salah satunya yaitu lembaga perbankan, selain sebagai lembaga simpan pinjam saat ini perbankan juga membuka program rekening ibadah haji.

Berdasarkan pasal 3 Undang-Undang No.7 tahun 1992 jo Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Selain itu, bank juga berfungsi sebagai pelayan. Berdasarkan ketiga fungsi bank tersebut, maka dapat dikatakan fungsi bank tersebut adalah sebagai lembaga perantara keuangan (*finansial intermediary*). (Ismail, 2010; 291)

Banyak orang mengatakan pasar syariah adalah pasar yang emosional (*emotional market*), sedangkan pasar konvensional adalah pasar rasional (*rational market*). Yang dimaksud disini adalah orang tertarik untuk berbisnis pada pasar syariah karena alasan keagamaan (dalam hal ini agama Islam), yang lebih bersifat emosional, bukan karena ingin mendapatkan keuntungan *finansial* yang bersifat rasional. Sebaliknya, pada pasar konvensional atau non syariah orang ingin mendapatkan keuntungan *finansial* yang sebesar-besarnya, tanpa peduli apakah bisnis yang digeluti tersebut menyimpang atau bertentangan dengan ajaran agama Islam. (Hermawan, 2006: 6)

Pemasaran pada dasarnya tidak hanya mementingkan kepuasan konsumen terhadap produk, melainkan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk. Sehingga keputusan pembelian konsumen

mempunyai suatu momen yang penting dalam sebuah perusahaan. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. (Made, 2010: 445)

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dalam strategi pemasaran, strategi yang dilakukan oleh bank biasanya berlandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri atas 4P yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik unsur-unsur *marketing mix* harus diperhatikan dan perlu rencana pemasaran yang baik juga. Dimana rencana pemasaran meliputi strategi pemasaran, menetapkan target pasar dan bagaimana memposisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar dan taktik rencana, yakni terkait fitur produk, promosi, harga, penjualan dan layanan. (Assauri, 2011: 5)

Menurut Arif (2010: 5) sistem pemasaran tidak membedakan antara pemasaran produk bank dengan produk lainnya, melainkan hanya karakteristik produknya, dimana produk tersebut dijual oleh bank adalah bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan itulah strategi pemasaran yang ditetapkan harus tepat dan kompetitif pada strategi pemasaran pada produk jasa.

Tabungan haji adalah tabungan yang menggunakan prinsip *mudharabah* yaitu simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah yang akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan. Karena adanya persaingan antara bank saat ini baik yang konvensional ataupun bank Syariah. Dengan demikian Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah), yang program memiliki tabungan haji dituntut untuk melakukan proses strategi pemasaran yang dapat menarik masyarakat untuk menjadi nasabah di BTN Syariah. Tabungan haji pada dasarnya adalah tabungan berjangka dengan akad yang sesuai syariah, dimana nasabah melakukan simpanan secara rutin dengan jangka waktu yang ditentukan sampai

target dana haji tercapai dan uang ditabungkan hanya bisa ditarik untuk pergi haji atau umrah.

Tabungan haji dilaksanakan guna untuk memenuhi pasar yang sedang berkembang, selain itu, tabungan haji mengandung sedikit resiko dan memberikan keuntungan yang lebih baik jika dibandingkan dengan produk-produk pembiayaan lainnya. Hal ini dikarenakan keuntungan yang diperoleh pihak BTN Syariah berasal dari *fee base income* (upah) atau sewa jasa yang diberikan kepada nasabahnya. Namun demikian, tentunya produk tabungan haji masih terdapat dinamika yang mewarnai kebaikan dari prosedur/alur hingga penerapannya. Terutama pada sistematika tabungan haji tersebut dimana terkadang masih ada beberapa nasabah yang masih kebingungan dengan sistematika produk tersebut.

Bank tabungan negara syariah merupakan salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. Sejauh ini nama BTN (Bank Tabungan Negara) Syariah memang begitu identik sebagai penyalur KPR (Kredit Pemilikan Rumah), namun dalam perkembangannya dan memahami kebutuhan masyarakat Indonesia, BTN Syariah menawarkan produk tabungan haji untuk muslim di tanah air yang ingin ke tanah suci yang sesuai dengan prinsip syariah. BTN Syariah merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi biaya perjalanan haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad "*mudharbah muthalaqoh*" (investasi), yang merupakan kerjasama antara dua belah pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka. Tabungan haji dapat memberikan layanan kemudahan impian ibadah haji ke tanah suci yang terintergrasi langsung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) *Online* yang bisa jamaah haji memperoleh porsi dari kementerian agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan, serta persyaratan pembukaan rekening hanya Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) (jika ada).¹ Program bagi nasabah yang menyetorkan

¹ Wawancara customer servis Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 25 Januari 2021

dana minimal Rp. 25.000.000 untuk pelunasan uang saku haji yang diblokir diawal.

Strategi yang dilakukan oleh BTN KCPS Purwokerto dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu berkerjasama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) untuk setoran awal tabungan haji sehingga mempermudah nasabah memperoleh nomor porsi ibadah haji dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi syarat, mendapatkan souvenir yang sangat bermanfaat saat keberangkatam haji, dan untuk nasabah KPR ada program *bundling* tabungan haji hal ini merupakan salah satu strategi yang paling ampuh untuk mendongkrak jumlah nasabah tabungan haji sehingga setiap tahun tabungan haji di BTN Syariah KCPS Purwokerto meningkat. Bank BTN syariah KCPS Purwokerto juga mampu bersaing dengan bank lain untuk menarik nasabah tabungan haji karena BTN syariah KCPS Purwokerto mempunyai banyak program dan ada agen haji yang akan mendapatkan *fee marketing* yang sangat bersaing di bandingkan dengan bank syariah lainnya.² Menurut nasabah bank BTN Syariah KCPS Purwokerto alasan mengambil tabungan haji di BTN KCPS purwokerto karena mendapatkan kemudahan dalam proses pengajuan nasabah tabungan haji dan pelayanan ramah terhadap nasabah baru atau lama yang menabung.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah Bank BTN Syariah KCP Purwokerto yaitu melalui program *bundling* yang dimiliki oleh nasabah KPR. Program *bundling* adalah strategi pemasaran yang memungkinkan perusahaan untuk mengelompokan produk pelengkap menjadi satu kesatuan dan menetapkan harga yang lebih rendah dibandingkan dijual secara individu. Dan agen haji mendapatkan *fee marketing*.

² Wawancara kepada Sub Branch Head BTN KCP Purwokerto pada tanggal 28 Januari 2021

Table 1.2 Jumlah Nasabah Perbulan Tabungan Haji di BTN Syariah
KCPS Purwokerto.

Tahun	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
2018	3	1	2	6	4	3	0	4	35	3	39	51
2019	46	27	67	32	8	5	5	5	5	6	3	2
2020	5	14	14	22	6	21	15	17	3	12	101	8
2021	12	24	18	29	10	34	7	13	9	23	82	17

Sumber: *Data Nasabah BTN KCPS Purwokerto*

Table 1.3 Jumlah Nasabah Tabungan Haji Periode 2018 – 2021

Tahun	2018	2019	2020	2021
Jumlah	151	211	238	278

Sumber: *Data Nasabah BTN KCPS Purwokerto*

Dari hasil data diatas adalah bahwa setiap tahunnya nasabah tabungan haji di BTN syariah terus meningkat pada tahun 2018 jumlah nasabah tabungan haji 151, tahun 2019 bertambah 60 nasabah sehingga menjadi 211, tahun 2020 bertambah 27 nasabah menjadi 238 dan pada tahun 2021 bertambah menjadi 40 nasabah menjadi 278. Sehingga total keseluruhan selama 4 tahun yaitu 858 nasabah tabungan haji.

Dalam memasarkan produknya, BTN KCPS Purwokerto menggunakan strategi promosi melalui media sosial, brosur yang tersebar di tempat keramaian dan brosur untuk nasabah terdaftar, selain produk Bank BTN KCPS juga memiliki tempat yang terjangkau dan strategis ditengah-tengah kota sehingga mempermudah masyarakat mengetahui.

Salah satu strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan *marketing mix*, hal tersebut digunakan bagi lembaga perbankan agar dalam menjalankan usahanya sebagai alat kontrol dalam memadukan perusahaan untuk menghasilkan target yang diinginkan dipasar sasaran. Dengan tujuan untuk mengoptimalkan produk yang dipasarkan berjalan dengan baik. Menurut kotler & Armstrong, (2010: 75) *marketing mix* ini memiliki beberapa faktor antara lain produk, tempat, harga, proses, orang, promosi, bukti fisik. tentu ini penting untuk dilakukan untuk meminimalisirkan pesaing kedepannya. Hal ini

digunakan untuk menarik minat nasabah untuk menabung pada produk rencana tabungan haji.

Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana *marketing mix* dalam meningkatkan nasabah tabungan haji yang akan dituangkan dalam Proposal Skripsi yang berjudul: “*Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Rencana Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto*”

B. Definisi Operasional

Supaya pembahasan lebih terfokus diperlukan definisi operasional untuk menghindari kesalahpahaman diantaranya :

1. Nasabah

Nasabah merupakan orang atau badan usaha yang mempunyai rekening atau simpanan pada bank. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan baik online maupun offline.

2. Tabungan Haji

Tabungan menurut undang-undang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penariknya hanya dapat dilakukan menurut syarat – syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan. (Kasmir, 2010: 84).

Tabungan Haji adalah setoran ongkos naik haji atas nama calon jemaah haji untuk setiap musim haji yang bersangkutan. Besarnya ONH setoran dimuka berdasarkan prinsip diskonto untuk setiap musim haji, yang ditetapkan pertama kali dengan Keppres tahun 1969.

3. *Marketing mix*

Menurut para ahli strategi adalah sebuah pola yang mendasarkan dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebar, sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar dan pesaing dan faktor-faktor lingkungan lainnya. (Ali, 2010: 148). Sedangkan Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui

penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran. (Malayu, 2001: 143)

Jadi dapat diambil kesimpulan strategi pemasaran merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia secara individu maupun sosial. Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan *marketing mix*. *Marketing mix* adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. (Riyanto, 2010: 14)

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah pokok dalam penulisan ini adalah:

1. Bagaimana *marketing mix* dalam meningkatkan produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Purwokerto?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendukung dan menghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto ?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui *marketing mix* di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto.
2. Mengetahui faktor – faktor pendukung dan penghambat dalam *marketing mix* di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto.

Sedangkan Manfaat penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan keilmuan tentang produk rencana tabungan haji dalam meningkatkan penghimpunan dana pada lembaga keuangan syariah.

2. Secara Praktis/Empiris

- a. Bagi Bank, dari penelitian ini dapat dijadikan bahan membantu mempromosikan dan memperkenalkan lebih lanjut tentang produk tabungan haji terhadap masyarakat umum dan bisa memberikan andil kepada Bank Tabungan Negara Syariah kantor cabang Purwokerto.
- b. Bagi pembaca, hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana dari sumber referensi bagi para mahasiswa untuk penelitian selanjutnya .

E. Kajian Pustaka

Penelitian ini merupakan penelitian pengembangan yang dilakukan atas penelitian sebelumnya, penulis menyadari ada bentuk kesamaan dari bentuk tema dengan penelitian yang sudah ada. Walaupun dari beberapa factor terdapat beberapa perbedaan seperti variable, objek, periode waktu yang digunakan, metode pengamatan yang digunakan maupun penentuan sampel berbeda maka terdapat banyak hal yang tidak sama. Sehingga penelitian ini layak mendapatkan tindak lanjut, agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan arah dan tujuan penulis. Yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi stekholder sesuai dengan tema penelitian ini. Pada penelitian ini penulis menemukan beberapa sumber kajian Pustaka lain yang telah lebih dulu membahas terkait dengan *marketing mix* yang dilakukan di beberapa perusahaan jasa, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu
 Penelitian Terdahulu

NO	PENULIS	PERSAMAAN	PERBEDAAN	KESIMPULAN
1	(Azizah, 2020) “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro”	Penelitian ini sama-sama menggunakan variable independent marketing mix sebagai strategi pemasaran	Penelitian dilakukan di BRI Syariah KCP Bojonegoro	Strategi bank dalam menentukan marketnya berdasarkan pekerjaannya yaitu pekerjaan mikro dan costumer. Sedangkan dalam strategi market mix pihak bank menciptakan harga, distribusi dan promosi. Kemudian mengadakan kajian-kajian di masjid atau mushola, mengenai profil nasabah (know your costumer) dan menerapkan strategi pelayanan
2	(Mauludianah, 2019) “Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan Pasuruan”	Penelitian ini sama-sama menggunakan variable independent marketing mix sebagai strategi pemasaran	Penelitian dilakukan di Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan Pasuruan	Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan khususnya dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur, Bank mengembangkan

				marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari empat unsur yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat pada produk Tabungan Mabrur.
3	(Midawiyah, 2012) “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar”	Penelitian ini sama-sama menggunakan variable independent marketing mix sebagai strategi pemasaran	Penelitian yang dilakukan oleh Midawiyah lebih mengamati strategi pemasaran pada variable strategi segmenting, targeting, dan positioning.	Pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi segmentasi, targeting dan positioning. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana dengan menggunakan

				perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.
4	(Saputra, 2017) “Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang”	Penelitian ini hanya menggunakan variable independent berupa pendekatan kepada masyarakat.	Objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian.	Bank Syariah Mandiri KCP Tulang Bawang menerapkan strategi pemasaran untuk produk tabungan haji adalah pemasaran berbasis hubungan yang didalamnya lebih menekankan kepada edukasi berbasis spiritual kepada masyarakat agar lebih memahami kewajiban ibadah haji. Dengan metode semacam ini maka Bank Syariah Mandiri mampu mempromosikan produk tabungan haji kepada masyarakat dan meningkatkan minat menabung masyarakat

5	(Akbar, 2019) “Tinjauan terhadap Stategi Pemasaran pada Tabungan Haji dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor)	Penelitian ini hanya menggunakan variable independent bauran pemasaran 4P, yaitu strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi	Penelitian ini berfokus pada variable akad mudharabah sebagai tinjauan penelitian.	BSM menggunakan bauran pemasaran yang mengandung unsur 4P, yaitu strategi produk, harga, saluran distribusi, dan promosi. Dalam strategi promosi menggunakan promosi berupa periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan publisitas.
---	---	--	--	--



F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah kerangka skripsi secara umum, yang bertujuan untuk memberi petunjuk kepada para pembaca tentang permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI bagian ini merupakan teori yang berkaitan dengan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank tabungan negara kantor cabang Purwokerto.

BAB III METODE PENELITIAN terdiri dari jenis penelitian, subjek dan objek penelitian data, sumber data, dan teknis analisis data.

BAB IV HASIL DAN PENELITIAN PEMBAHASAN meliputi gambaran umum Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Purwokerto dan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk tabungan haji pada bank tabungan negara kantor cabang Purwokerto.

BAB V PENUTUP terdiri dari kesimpulan dan sarana – sarana sedangkan bagian akhir dari skripsi ini berisi daftar pustaka, lampiran – lampiran dan daftar riwayat hidup.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi

Strategi berawal dari turunan kata dalam Bahasa Yunani yaitu *Strategos*, yang berarti ‘Komandan Militer’ pada zaman demokrasi *Athena*. Pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepak bola dan tenis), catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dll. Sedangkan menurut para ahli strategi adalah sebuah pola yang mendasarkan dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebar, sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar dan pesaing dan faktor – faktor lingkungan lainnya (Ali, 2010: 148).

2. Definisi Pemasaran

Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran (Malayu, 2001: 143). sedangkan menurut Philip Kotler (2008) *marketing is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value of with other* (pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia secara individu maupun sosial.

Perusahaan yang berhasil dan dapat menguasai pasar dalam jangka waktu panjang adalah perusahaan yang melaksanakan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen.

Ada empat unsur pokok dalam konsep pemasaran yaitu ;

- a. Orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen
- b. Kepuasan konsumen
- c. Kegiatan pemasaran terpadu
- d. Tujuan perusahaan

langkah – langkah dalam strategi pemasaran terbagi menjadi empat tahap yaitu sebagai berikut :

- a. Analisis situasi strategi, meliputi memenangkan pemasaran melalui startegi yang berorientasi pasar, mengumpulkan informasi, dan mengukur permintaan pasar, mencari peluang dilingkungan pemasaran, menganalisis pasar konsumen dan perilaku pembeli, menganalisis pasar komunitas di internet, menganalisis bisnis perilaku pembeli bisnis, menghadapi pesaing dan indentifikasi segmen serta memilih sasaran pemasaran.
- b. Perancangan strategi pemasaran yaitu menentukan posisi dan mengidentifikasi pasar, strategi penghubung pemasaran dan perencanaan produk baru.
- c. Pengembangan program pemasaran yaitu menetapkan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi.
- d. Implementasi dan pengelolaan strategi yaitu merancang organisasi pemasaran yang efektif, implementasi dan pengendalian strategi (Mursyid, 2014: 16).

Menurut Kasmir (2004: 211) secara umum tujuan pemasaran bank adalah sebagai berikut :

- a. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan atau merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan untuk secara berulang-ulang.

- b. Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah. Nasabah yang puas biasanya menjadi ujung tombak bagi pemasaran selanjutnya karena kepuasan ini bisa ditularkan kepada nasabah lain dengan ceritanya.
- c. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah bisa memilih berbagai produk yang diinginkan.
- d. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

B. Segmentasi Pasar

Menurut Kotler, segmentasi pasar yaitu usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerukan pembauran pemasaran tersendiri (Danang, 2019: 57). Perusahaan menetapkan berbagai cara yang berbeda dalam memisahkan pasar tersebut, kemudian mengembangkan profil-profil pada setiap segmen pasar, dan menilai daya tarik segmen-segmen pasar.

Berikut ini segmentasi pasar berdasarkan geografi, demografi, psikografi, behaviouristik.

a. Segmentasi pasar geografi

Yaitu berdasarkan geografi perlu membagi pasar kedalam unit-unit geografi yang berbeda seperti Negara, Negara bagian, provinsi, wilayah, daerah, kota, desa.

b. Segmentasi Demografi

Merupakan pembagian pasar kedalam kelompok-kelompok berdasarkan variable-variabel demografi seperti usia, jenis kelamin, jumlah penduduk, jumlah keluarga, pendapatan, pekerja, jenjang pendidikan, dan kewarganegaraan.

c. Segmentasi Psikografi

Yaitu para pembeli dibagi kedalam kelompok yang berbeda-beda berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan ciri-ciri kepribadian.

d. Segmentasi Behaviouristik (peilaku)

Yaitu para konsumen dibagi kedalam kelompok-kelompok berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan atau tanggapan mereka terhadap sebuah produk.

C. Bauran pemasaran (*marketing mix*)

Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan, yaitu dengan bauran pemasaran (*marketing mix*) (Riyanto, 2010: 14).

Bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran terkontrol yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. (Kotler & Armstrong 2010: 75) Variabel-variabel dalam bauran pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *people* (orang), *process* (Proses), *promotion* (promosi) dan *physical evidence* (bukti fisik).

a) Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2010: 248), produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Keputusan strategi produk yang akan dihadapi oleh pemasaran jasa sangat berbeda dengan pemasaran barang. Aspek pengembangan jasa baru juga memiliki keunikan khusus yang berbeda dari barang lain, yakni jasa baru yang sukar diproteksi paten. Apabila perusahaan jasa ingin mendapatkan keberhasilan dalam memasarkan produk, maka diarahkan pada konsumen. Bagian pemasaran mempunyai peran terbesar dalam hal ini, karena berhubungan langsung dengan konsumen setiap hari. Menurut Ali Hasan (2010: 136) Dalam strategi produk ini mencakupi beberapa program antara lain :

- a. Pengembangan variasi produk
- b. Spesifikasi kualitas
- c. Logo atau merek dagang

- d. Layanan pendukung dan komplementor
- e. Model layanan

b) Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 76), harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.

Tujuan penetapan harga pada sebuah produk dalam perusahaan memiliki enam langkah prosedur antara lain:

- a. Perusahaan dengan hati-hati menyusun tujuan-tujuan pemasaran
- b. Perusahaan menentukan kurva permintaan yang memperlihatkan kemungkinan jumlah produk yang akan dijual per periode.
- c. Perusahaan memperkirakan bagaimana biaya akan bervariasi pada tingkat produk yang berbeda-beda.
- d. Perusahaan mengamati harga-harga para pesaing sebagai dasar untuk menetapkan harga mereka sendiri.
- e. Perusahaan memilih salah satu metode penetapan harga terdiri dari penetapan biaya, analisis pokok dan penetapan laba tetap, penetapan harga nilai yang diperoleh, penetapan harga sesuai laju perkembangan dan penetapan harga dalam sampul tertutup.
- f. Perusahaan memilih harga final, menyatakan dalam cara psikologis yang paling efektif dan mengecek bahwa harga tersebut sesuai dengan kebijakan (Sunyoto, 2019: 131).

c) Tempat

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 76), tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.

d) Promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2010: 75), promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Promosi berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan sebagai alat mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai

dengan kebutuhan dan keinginannya. Adapun kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi antara lain:

- a. Periklanan (*advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan produk. Tujuan promosi dengan cara periklanan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan calon nasabah baru.
 - b. Penjualan pribadi (*personal selling*) adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan, untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk tersebut, sehingga akan mencoba dan membelinya.
 - c. Promosi penjualan (*sales promotion*) adalah meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang.
 - d. Publisitas (*publiscity*) adalah bentuk penyajian dan penyebaran ide barang dan jasa secara non personal, yang mana orang atau organisasi yang diuntungkan tidak membayar. Publisitas merupakan manfaat nilai-nilai berita yang terkandung dalam suatu produk untuk membantu citra produk yang bersangkutan dibandingkan dengan iklan, publiditas mempunyai kredibilitas yang lebih baik, karena pembenaran baik langsung maupun tidak langsung.
- e) Teori *People*
- People* adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.

Unsur-unsur strategi orang ini terdiri dari pengetahuan dan ketrampilan. Bagi sebagian besar perusahaan jasa atau bank. Oleh sebab itu, setiap organisasi jasa (terutama yang tingkat kontakannya dengan pelanggan tinggi) harus secara jelas menentukan apa yang diharapkan dari setiap karyawan dan interaksinya dengan pelanggan

f) Teori *Process*

Menurut Kotler (2009: 70) proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya mendapatkan apa yang diinginkan.

Menurut Hasan Ali (2010: 137) Didalam strategi ini mencakup beberapa program diantaranya:

- a. Rincian standar prosedur operasi, manual dan deskripsi kerja
- b. Prosedur solusi masalah atau komplain nasabah
- c. Standar kerja layanan (manual dan teknologi)
- d. Keterlibatan interfunksional
- e. Tingkat *just in time delivery-lead times deliveries*.

g) Teori *Physical evidence*

Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan kepada pelanggan. Jika suatu perusahaan menjual barang maka barang yang hendak ditawarkan harus mempunyai definisi yang detail dan dapat diperlihatkan kepada calon konsumennya. Jika berupa jasa maka suatu perusahaan harus mampu menjelaskan dengan penuh keyakinan bahwa jasa yang ditawarkan adalah jasa yang berkualitas dan terjamin.

Ada tiga alternatif dalam pengembangan strategi produk yaitu sebagai berikut :

- a. Pertumbuhan intensif dengan tujuan untuk meningkatkan Market share dengan menggunakan strategi penterasi pasar.

- b. Pertumbuhan integratif dengan tujuan membuat produk baru dengan menggunakan strategi pengembangan pasar.
- c. Pertumbuhan diversifikasi dengan tujuan memperluas pasar sasaran dengan strategi pengembangan pasar (Aisyah, 2016: 299).

Menurut Kasmir (2005: 136 – 137) adapun produk memiliki ciri khas sendiri dalam dunia perbankan di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka ciri – ciri produk jasa adalah sebagai berikut.

- a. Tidak berwujud

Tidak berwujud adalah tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli dan konsumen. Oleh karena itu, produk jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli terlebih dahulu.

- b. Tidak terpisah

Jasa tidak terpisah adalah antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.

- c. Beraneka ragam

Jasa memiliki aneka ragam bentuk adalah jasa dapat diperjual belikan dengan berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, dan sifat.

- d. Tidak tahan lama

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama yaitu karena jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.

D. Sikap Konsumen

Gordon Allport mendefinisikan sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu obyek atau kelompok obyek baik disenangi atau tidak disenangi secara konsisten. Sikap konsumen didasarkan pada skema merek yang telah disimpan dimemori jangka panjang. Pengaruh kepercayaan terhadap sikap dan pengaruh sikap terhadap

perilaku secara umum bergantung pada keterlibatan konsumen dengan pembelinya. (Sutisna, 2001: 101)

Sikap konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya yaitu:

a) Pengaruh Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh penting dalam keputusan pembelian, kecenderungan anak misalnya yang sering memberontak pada orang tuanya untuk menentukan pembelian untuk kebutuhan dirinya sendiri.

b) Pengaruh Kelompok Kawan Sebaya (*Peer Group Influences*)

Banyak studi yang memperlihatkan bahwa teman sebaya / sejawat mampu mempengaruhi dalam perilaku pembelian misalnya wanita karir sering membeli tas bermerek terkenal karena teman-teman kerjanya juga membeli tas bermerek terkenal.

c) Pengalaman

Pengalaman masa lalu sangat mempengaruhi sikap terhadap merek, pengalaman penggunaan suatu merek produk pada masa lalu akan memberikan evaluasi atas tersebut, bergantung apakah pengalaman itu menyenangkan atau tidak.

d) Kepribadian

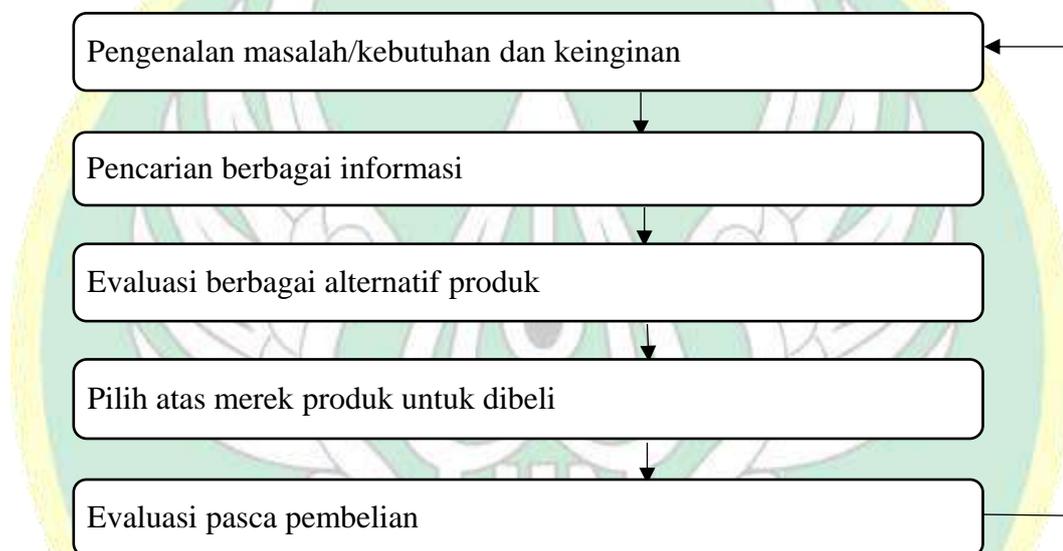
Kepribadian konsumen mempengaruhi sikap terhadap merek. Sifat-sifat seperti suka menyerang, terbuka, kepatuhan mempengaruhi sikap terhadap merek dalam produk.

E. Keputusan Pembelian Konsumen

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen melakukan

seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia. Proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan kriteria yang ada dalam benak konsumen salah satu merek produk dipilih untuk dibeli. Dengan dibelinya merek produk tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena konsumen akan melakukan evaluasi pasca pembelian (*post purchase evaluation*). Proses evaluasi ini akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak atas keputusan pembeliannya.

Gambar 1.1 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen
Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



F. Tabungan Haji

Tabungan menurut undang – undang perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penariknya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan. (Kasmir, 2010: 84)

Haji merupakan rukun Islam yang kelima dan hukumnya wajib dilakukan oleh setiap orang yang beragama Islam yang mempunyai kesanggupan biaya, sehat jasmani dan rohani untuk menunaikan perintah tersebut.

Tabungan Haji adalah setoran ongkos naik haji atas nama calon jemaah haji untuk setiap musim haji yang bersangkutan. Besarnya ONH setoran dimuka berdasarkan prinsip diskonto untuk setiap musim haji, yang ditetapkan pertama kali dengan Keppres tahun 1969. Tabungan Haji adalah simpanan pihak ketiga yang penariknya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan. Simpanan ini menerapkan imbalan dengan sistem bagi hasil *al-Mudharabah*.

G. Landasan Al Qur'an dan Hadist Terkait Ibadah Haji

a. Pengertian Ibadah Haji

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh umat Muslim yang mampu secara fisik, finansial, dan mental. Ibadah haji merupakan perjalanan spiritual yang dilakukan oleh umat Muslim ke kota suci Mekah, di Kerajaan Arab Saudi. Ibadah haji terdiri dari serangkaian ritual yang harus dilakukan oleh jemaah haji, seperti thawaf, sa'i, wukuf di Arafah, dan melempar jumrah. Ibadah haji memiliki makna yang mendalam bagi umat Muslim, karena dianggap sebagai salah satu cara untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan menghapus dosa-dosa.

Haji adalah kewajiban setiap muslim dan Muslimah terhadap Allah SWT. Apabila mampu melaksanakannya yang dijelaskan dalam Al Qur'an Surat Al-Imran Ayat 97 :

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مِّمَّا بُرِّهْتُمْ ۚ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Artinya : “Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim. Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara) kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Siapa yang mengingkari (kewajiban haji),

maka sesungguhnya Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam.” (Q.S. Al-Imran : 97)

Selain di dalam Al-Qur'an, perintah ibadah haji juga disebut di dalam hadits Rasulullah SW. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan dari Abi Hurairah RA, Nabi Muhammad SAW bersabda dalam suatu pidatonya:

أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ فَرَضَ اللَّهُ عَلَيْكُمُ الْحَجَّ فَحُجُّوا. فَقَالَ رَجُلٌ: أَكُلَّ عَامٍ يَا رَسُولَ اللَّهِ! فَسَكَتَ حَتَّى قَالَهَا ثَلَاثًا، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: لَوْ قُلْتُمْ نَعَمْ لَوَجَبَتْ، وَلَمَّا اسْتَطَعْتُمْ. ثُمَّ قَالَ: دَرُونِي مَا تَرَكْتُمْ فَإِنَّمَا هَلَكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ بِكَثْرَةِ سُؤَالِهِمْ وَاخْتِلَافِهِمْ عَلَى أَنْبِيَائِهِمْ فَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِشَيْءٍ فَأَتُوا مِنْهُ مَا اسْتَطَعْتُمْ وَإِذَا نَهَيْتُكُمْ عَنْ شَيْءٍ فَدَعُوهُ

Artinya: “Wahai sekalian manusia, sungguh Allah telah mewajibkan bagi kalian haji maka berhajilah kalian!” Seseorang berkata: “Apakah setiap tahun, ya Rasulullah?” Beliau terdiam sehingga orang tersebut mengulangi ucapannya tiga kali. Lalu Rasulullah SAW bersabda: “Kalau aku katakan ya, niscaya akan wajib bagi kalian dan kalian tidak akan sanggup.” Kemudian beliau berkata: “Biarkanlah apa yang aku tinggalkan kepada kalian. Sesungguhnya orang sebelum kalian telah binasa karena mereka banyak bertanya yang tidak diperlukan dan menyelisih nabi-nabi mereka. Jika aku memerintahkan sesuatu kepada kalian maka lakukanlah sesuai dengan kesanggupan kalian. Dan bila aku melarang kalian dari sesuatu maka tinggalkanlah.”

b. Syarat-syarat Ibadah Haji

Untuk dapat melaksanakan ibadah haji, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon jamaah haji. Syarat-syarat tersebut meliputi:

- 1) Islam adalah calon jamaah haji harus beragama Islam. Ibadah haji hanya diperuntukkan bagi umat Muslim.

- 2) Baligh adalah calon jamaah haji harus telah mencapai usia baligh, yaitu usia dewasa yang ditandai dengan tumbuhnya bulu kemaluan.
- 3) Berakal adalah calon jamaah haji harus memiliki akal yang sehat dan mampu memahami arti dan tujuan dari ibadah haji.
- 4) Merdeka adalah calon jamaah haji harus bebas dari perbudakan atau ketergantungan kepada orang lain.
- 5) Sehat jasmani dan rohani adalah calon jamaah haji harus dalam kondisi sehat jasmani dan rohani yang memadai untuk menjalankan ibadah haji.
- 6) Mampu secara finansial adalah calon jamaah haji harus memiliki kemampuan finansial yang cukup untuk membiayai perjalanan haji dan kebutuhan selama ibadah di Mekah.
- 7) Mampu secara fisik adalah calon jamaah haji harus memiliki kemampuan fisik yang cukup untuk menyelesaikan serangkaian ritual ibadah haji, seperti berjalan di antara bukit-bukit di Arafah dan melempar jumrah.

H. Bank Syariah

1. Pengertian

Bank pada dasarnya adalah entitas yang melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan atau dengan kata lain melaksanakan fungsi intermediasi keuangan. Dalam sistem perbankan di Indonesia terdapat dua macam sistem operasional perbankan, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram. Selain itu, UU Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga

baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai kehendak pemberi wakaf (wakif).

Dalam UU No.21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian perbankan syariah dan pengertian bank syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).

2. Fungsi Utama Bank Syariah

Perbankan Syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah, demokrasi ekonomi, dan prinsip kehati-hatian. Perbankan Syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Sedangkan ketika kita berbicara mengenai perbankan Syariah, Bank Syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu sebagai berikut :

1. Menghimpun dana masyarakat

Bank Syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad al-wadiah dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad al- mudharabah.

2. Penyaluran dana kepada masyarakat

Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank Syariah asalkan memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank Syariah.

3. Pelayanan jasa

Pelayanan jasa bank Syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya.

3. Jenis Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam. Setelah tahun 2020, terdapat beberapa jenis bank syariah yang berkembang. Jenis-jenis bank syariah ini mencakup:

1. Bank Umum Syariah

Bank umum syariah adalah bank yang menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan syariah kepada masyarakat umum. Bank ini beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah dan menawarkan berbagai jenis akad syariah, seperti mudharabah, musyarakah, dan murabahah.

2. Bank Pembiayaan Syariah

Bank pembiayaan syariah adalah bank yang fokus pada pembiayaan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank ini memberikan pembiayaan kepada individu atau perusahaan dengan menggunakan akad-akad syariah, seperti ijarah, istisna, dan salam.

3. Bank Investasi Syariah

Bank investasi syariah adalah bank yang berfokus pada kegiatan investasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank ini menawarkan produk investasi syariah kepada nasabahnya, seperti reksadana syariah, obligasi syariah, dan sukuk.

4. Bank Mikro Syariah

Bank mikro syariah adalah bank yang menyediakan layanan keuangan syariah kepada sektor mikro dan usaha kecil menengah (UKM). Bank ini memberikan pembiayaan mikro berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti akad murabahah mikro dan akad mudharabah mikro.

4. Kegiatan Bank Syariah

Setelah tahun 2020, bank syariah juga melakukan berbagai kegiatan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Beberapa kegiatan bank syariah yang dilakukan antara lain:

1. Pembiayaan Syariah

Bank syariah memberikan pembiayaan kepada individu atau perusahaan dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Pembiayaan ini dapat berupa pembiayaan konsumsi, pembiayaan investasi, atau pembiayaan modal kerja.

2. Penghimpunan Dana

Bank syariah juga melakukan penghimpunan dana dari masyarakat untuk digunakan dalam kegiatan operasionalnya. Dana ini dapat diperoleh melalui tabungan syariah, deposito syariah, atau penerbitan sukuk.

3. Investasi Syariah

Bank syariah melakukan investasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Investasi ini dapat dilakukan dalam bentuk investasi langsung, seperti investasi dalam sektor riil, atau investasi tidak langsung, seperti investasi dalam instrumen keuangan syariah.

4. Layanan Perbankan Syariah

Bank syariah menyediakan berbagai layanan perbankan syariah kepada nasabahnya. Layanan ini meliputi pembukaan rekening, transfer dana, pembayaran tagihan, dan pelayanan nasabah lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dalam upaya untuk menyajikan dunia sosial maupun perspektif di dalam dunia dari segi konsep, perilaku, serta persoalan manusia yang diteliti (Moelong, 2012: 182).

Dalam metode penelitian kualitatif hasil analisis tidak tergantung dengan jumlah, tetapi data yang dianalisis dari berbagai sudut pandang. Penelitian yang dilakukan meliputi kegiatan pengumpulan data, penyusunan data, dan analisis data.

A. Jenis penelitian

Bila dilihat dari segi jenis penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek maupun subjek yang diteliti tepat. Penelitian deskriptif kualitatif akan diupayakan untuk mencari pemahaman tentang kenyataan dari segi perspektif dari orang yang memang ahli dibidangnya.

B. Tempat Penelitian dan Waktu

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto, Jl. Jend. Soedirman No. 626, Kauman Lama, Purwokerto Lor, Kabupaten Banyumas. Waktu penelitiannya dilaksanakan pada tanggal 4 Februari 2021.

C. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu antara lain:

- a. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber utama baik individu maupun kelompok, seperti wawancara atau data yang dikumpulkan langsung dari obyek penelitian. Data primer

dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

Pengumpulan data primer merupakan bagian internal dari proses penelitian dan yang seringkali diperlukan untuk mengambil keputusan secara terinci dari penelitian. Data yang diperoleh penelitian ini bersumber dari mengunjungi dan wawancara langsung pada customer service dan nasabah Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Purwokerto untuk melakukan observasi mengenai data.

- b. Data Sekunder adalah sumber yang memuat data-data pelengkap, atau hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Data sekunder tersebut dapat diambil dari buku-buku, jurnal, artikel, makalah, brosur, dan sebagainya. Biasanya sumber data ini lebih banyak sebagai data statistik atau data yang sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan dalam statistik.

Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh langsung dari perusahaan atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

Indrianto dan Supomo dalam (Purhantara, 2010: 80) ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh peneliti berkaitan dengan data sekunder, terutama berkaitan dengan keakurasian data. Langkah yang perlu ditempuh peneliti adalah :

- 1) Kemampuan data yang tersedia untuk menjawab masalah atau pertanyaan (kesesuaian dengan pertanyaan penelitian).
- 2) Kesesuaian antara periode waktu tersedianya data dengan periode waktu yang diinginkan dalam penelitian.
- 3) Kesesuaian antara populasi data yang ada dengan populasi yang menjadi perhatian peneliti
- 4) Relevansi dan konsistensi unit pengukur yang digunakan

- 5) Biaya yang dipergunakan untuk mengumpulkan data sekunder.
- 6) Kemungkinan bias yang ditimbulkan oleh data sekunder.
- 7) Dapat atau tidaknya dilakukan pengujian terhadap akurasi pengumpulan data.

D. Subjek dan Obyek Penelitian

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang, benda, maupun tempat untuk mendapatkan data terhadap beberapa variabel yang di permasalahan dalam penelitian ini. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto.

Subjek dalam penelitian ini adalah *customer service* dan para nasabah perusahaan yang dijadikan obyek penelitian. *Customer service* akan dimintai keterangan tentang strategi pemasaran yang diterapkan dalam mengembangkan bisnis, sedangkan nasabah dimintai keterangan tentang kepuasan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

b. Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah sebuah variabel yang penting dalam melakukan penelitian ini. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian ini adalah Startegi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Rencana Tabungan Haji.

E. Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik antara lain adalah ;

a. Observasi

Observasi adalah sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak objek penelitian. Sebelum melakukan observasi sebaiknya peneliti atau pengamat menyiapkan pedoman observasi. Dalam penelitian kualitatif, pedoman observasi ini hanya berupa garis-garis besar atau butir-butir umum kegiatan

yang akan diobservasi. Rincian-rincian yang diobservasikan dikembangkan dilapangan dalam proses pelaksanaan observasi (Sukanmandita, 2013: 221).

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dalam dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian Kualitatif (Sugiono, 2017: 240).

Metode ini penulis yaitu untuk mendapatkan data yang akurat dan valid yang berkaitan dengan tabungan haji di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Purwokerto. Proses ini dimulai dengan mencari dan pengumpulan dokumen-dokumen guna menemukan sebuah data yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk rencana tabungan haji di Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Purwokerto.

a. Wawancara adalah suatu metode untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Wawancara / Interview merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam salah satu topik tertentu (Sugiono, 2017: 231). Ada beberapa jenis wawancara yaitu :

1. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur adalah pengumpulan data yang telah menyiapkan instrumen penelitian yang berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabnya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatat.

Pertanyaan yang diajukan seputar tentang strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan, persaingan pengembangan

program dengan pihak bank lain, persentase jumlah nasabah setiap tahunnya dan faktor-faktor pendukung maupun penghambat pelaksanaan program.

2. Wawancara semi struktur

Wawancara semi struktur adalah bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide – idenya.

3. Wawancara Tak Berstruktur

Wawancara tak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun secara lengkap, sistematis dan lengkap dalam mengumpulkan datanya.

Langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam pengumpulan data melalui wawancara diantaranya adalah:

- a) Melakukan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini. Pertanyaan wawancara didapatkan dari analisis dokumen. Selain dari pertanyaan yang disiapkan, pertanyaan juga bisa bersifat fleksibel sesuai dengan alur pembicaraan.
- b) Pelaksanaan wawancara dilakukan dengan menggunakan alat perekam dan buku catatan. Alat perekam digunakan setelah peneliti terlebih dahulu meminta izin kepada informan.
- c) Data yang didapatkan kemudian di analisis sesuai dengan teknik analisis data.

F. Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah mencapai jenuh (Sugiyono, 245: 2021). Berikut merupakan tahapan analisis data model Miles dan Huberman.

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau dengan cara gabungan ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data dilakukan sehari-hari atau bahkan berbulan-bulan sehingga data yang diperoleh akan banyak dan mencukupi kebutuhan penelitian. Semua yang dilakukan saat pengumpulan data direkam dan disimpan dengan baik agar data yang dikumpulkan bisa diolah dengan baik (Sugiyono, 246: 2021).

b. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan lebih banyak data dan menemukannya pada saat dibutuhkan (Sugiyono, 247: 2017). Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, oleh sebab itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data yang didapat akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Maka dari itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

c. Penyajian Data

Penyajian data penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Teks yang bersifat naratif paling sering digunakan dalam penyajian data penelitian kualitatif. Selain menggunakan teks naratif disarankan juga dalam penyajian data penelitian kualitatif menggunakan grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart* (Sugiyono, 249: 2017).

d. Penyimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan awal yang disajikan bersifat pendahuluan dan dapat berubah kecuali ditemukan bukti yang jelas untuk mendukung langkah selanjutnya dalam pengumpulan data. Namun, jika kesimpulan yang disajikan pada tahap awal ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data didukung oleh bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan yang disajikan adalah kesimpulan yang kredibel. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa jadi menjawab rumusan masalah yang telah disusun sejak awal, bisa jadi tidak karena rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang ketika penelitian setelah berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif belum pernah adasebelumnya pada temuan baru. Hasil suatu penelitian dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang awalnya belum jelas dapat menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak (Sugiyono, 2013: 273). Menerapkan beberapa cara untuk mendapatkan data kepada satu sumber atau narasumber. Ada 4 (empat) macam teknik triangulasi antara lain:

1. Triangulasi Metode

Merupakan suatu teknik analisis data dan informasi yang didapat minimal menggunakan dua metode. Jika dalam penelitian informasi yang diperoleh dari wawancara maka perlu diuji kebenarannya dengan hasil obersarvasi,

2. Triangulasi Sumber

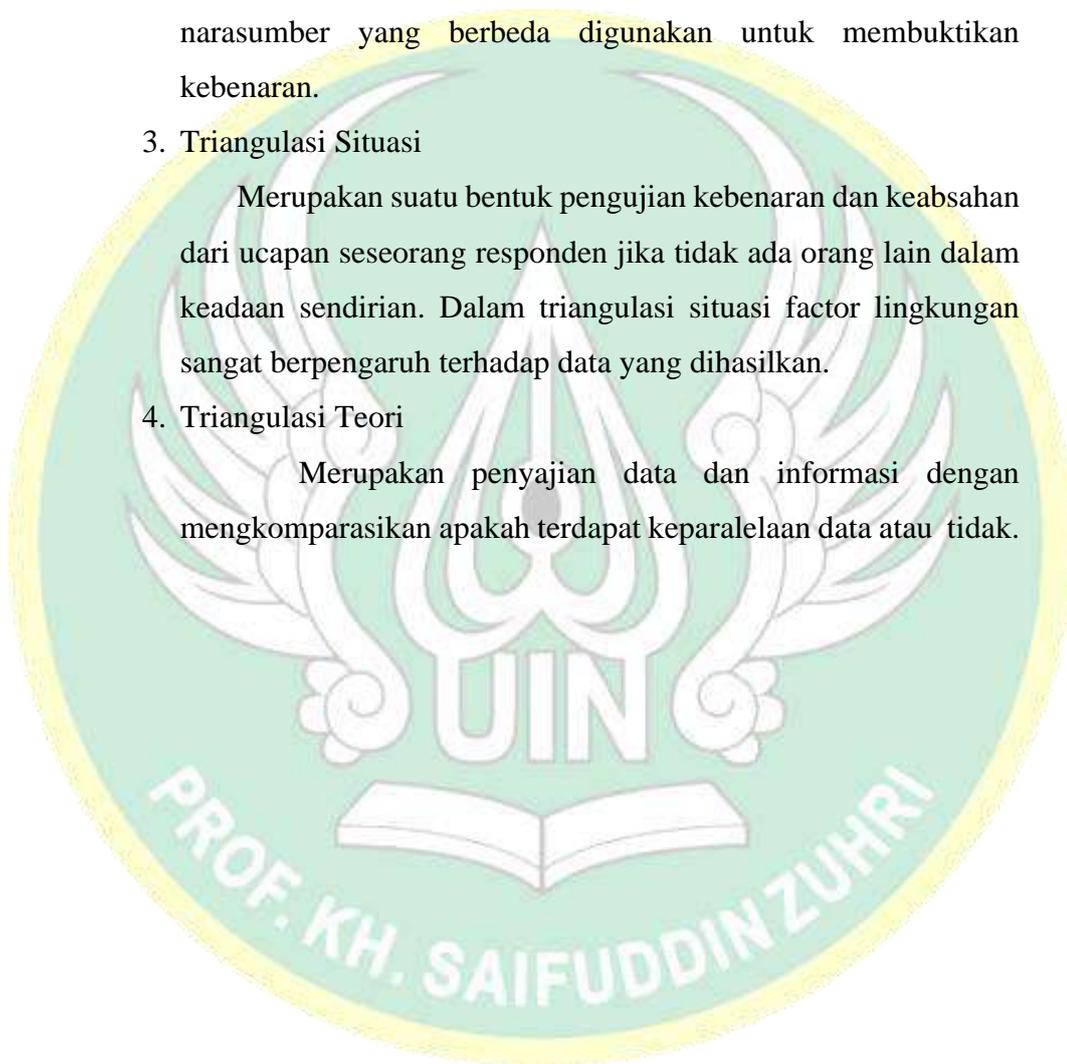
Suatu teknik pengujian kebenaran dan keabsahan data dengan cara mencari data dan informasi data yang sama dengan subjek yang berbeda. Dalam triangulasi ini perlu dinyatakan kembali pada narasumber yang berbeda kemudian harus adanya bukti dokumentasi. Hasil pernyataan dan pengecekan sumber dari narasumber yang berbeda digunakan untuk membuktikan kebenaran.

3. Triangulasi Situasi

Merupakan suatu bentuk pengujian kebenaran dan keabsahan dari ucapan seseorang responden jika tidak ada orang lain dalam keadaan sendirian. Dalam triangulasi situasi factor lingkungan sangat berpengaruh terhadap data yang dihasilkan.

4. Triangulasi Teori

Merupakan penyajian data dan informasi dengan mengkomparasikan apakah terdapat keparalelaan data atau tidak.



BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah

Pemerintah Hindia Belanda pada tanggal 16 Oktober 1897 mendirikan *Postparbank*, yang kemudian terus berkembang hingga 1939. Pada tahun 1940 kegiatannya terganggu. Sebagai akibat penyerbuan Jerman atas Belanda yang mengakibatkan penarikan tabungan besar-besaran dalam waktu yang relative singkat. Setelah itu keadaan keuangan *Postparbank* mulai pulih kembali pada tahun 1941. Tahun 1942, Jepang membekukan kegiatan *Postparbank* akibat dari menyerahnya Belanda tanpa syarat kepada Jepang. Kemudian mendirikan *Tyokin Kyokue* (seperti bank sentral atau pusat) yang bertujuan untuk menarik dana dari masyarakat melalui tabungan. Proklamasi Kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945 telah memberikan inspirasi kepada bapak Darmosoetanto untuk memprakarsai pengambil alihkan *Tyokin Kyoku* dari pemerintah Jepang ke pemerintah Indonesia dan terjadilah penggantian nama menjadi Kantor Tabungan Pos. Tugas pertamanya adalah melakukan penukaran mata uang Jepang dengan ORI, tetapi kegiatannya tidak berumur Panjang karena agresi belanda dari tahun 1946 sampai tahun 1949. Kantor Tabungan pos dibuka kembali tahun 1949, dan nama Kantor Tabungan Pos diganti menjadi Bank Tabungan RI. Pada tanggal 9 Febuari 1950, hal terpenting bagi sejarah Bank Tabungan Negara adalah dikeluarkannya Undang-Undang darurat Nomor 9 Tahun 1950 yang Mengubah nama *Postparbank* Indonesia menjadi Bank Tabungan Pos dan memindahkan induk kementrian keuangan dibawah Menteri urusan Bank Sentral. Pada tanggal 9 Febuari 1950 ditetapkan sebagai hari dan tanggal Bank Tabungan Negara. Nama Bank Tabungan Pos menurut Undang-Undang darurat tersebut dikukuhkan dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1953. Perubahan nama dari Bank Tabungan Pos menjadi Bank Tabungan Negara didasarkan pada perpu Nomor 4 Tahun

1964 tanggal 23 Juni 1963 yang kemudian dikuatkan dengan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1964 tanggal 25 Mei 1964.

Pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 bentuk hukum Bank Tabungan Negara berubah menjadi perseroan. Bank Tabungan Negara menjadi PT Bank Tabungan Negara (Persero) dengan *call name* Bank BTN (persero). Berdasarkan pemerintah melalui Menteri BUMN dalam surat nomor 5-544/MMBU/2002 memutuskan PT Bank Tabungan Negara (Persero) sebagai Bank Umum dengan Fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi. Memperoleh izin untuk beroperasi sebagai Bank Devisa Tahun 1994. Sehingga dapat melakukan kegiatan usaha perbankan dalam valuta asing. Bank Devisa dapat menawarkan jasa-jasa bank yang berkaitan dengan mata uang asing tersebut seperti transfer keluar negeri, jual beli valuta asing, transaksi ekspor impor, dan jasa-jasa valuta asing lainnya. Ditunjuk sebagai bank komersial yang berfokus pada pembiayaan rumah komersial tahun 2002.

2. Sejarah BTN Syariah

Dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 16 Januari 2004 dalam rangka untuk mencegah resiko persaingan tersebut, maka PT Bank Tabungan Negara (Persero) merubah kebijakan anggaran dasarnya di Jakarta mengenai tentang terwujudnya divisi Syariah yang berlandaskan dari ketetapan direksi Nomor 14/DIR/DSYA/2004. Setelah itu, bank Tabungan Negara Unit Usaha Syariah yang dikenal dengan Bank Tabungan Negara Syariah. Dewan Pengawas Syariah (DPS) mendampingi Unit Usaha Syariah (UUS) dalam melaksanakan kegiatannya memberi saran dan nasehat kepada direksi, pimpinan kantor cabang Syariah, pimpinan divisi Syariah serta mengawasi perbankan Syariah dalam segala hal yang berkaitan dengan prinsip Syariah.

Pada November 2004 membentuk struktur organisasi kantor cabang Syariah Bank Tabungan Negara. Dan pada tanggal 3 Desember 2004 Direktur Utama Bank BTN meminta untuk adanya rekomendasi penunjjukkan DPS.DSN/MUI mengirim surat rekomendasi pada Direktur

Utama Bank Tabungan Negara tentang penunjukkan DPS bagi Bank Tabungan Negara Syariah. Bank Tabungan Negara menerima surat persetujuan dari BI mengenai prinsip kantor cabang Syariah Bank Tabungan Negara dalam surat nomor 6/1350/DPBS pada tanggal 15 Desember 2004, untuk pertama kalinya melalui persetujuan direksi Bank Tabungan Negara dan BI, maka dibukalah Kantor Cabang Syariah Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Diikuti dengan dibukanya KCS Bandung pada tanggal 25 Februari 2005. Selanjutnya pada tanggal 17 Maret 2005 dan 4 April 2005 dibuka juga KCS Surabaya dan KCS Yogyakarta. Pada tanggal 11 April 2005 dibuka KCS Makasar, dan pada bulan Desember 2005 dibuka KCS Solo dan Malang.

Dengan seiring berjalannya waktu, diberbagai kota di Indonesia juga banyak dibuka kantor-kantor pelayanan Bank Tabungan Negara Syariah. Pada tahun 2012 dibuka BTN KCS Tegal sebagai kantor BTN Syariah ke-21 yang telah dibuka oleh Divisi Syariah BTN. Pada 1 Desember 2011 dibukalah KCPS Purwokerto yang menginduk di KCS Tegal. Dan sekarang sudah ada 60 KCS dan 53 KCPS Bank Tabungan Negara Syariah yang tersebar diseluruh Indonesia.

3. Budaya Kerja Bank Tabungan Negara

Nilai-nilai budaya dari Bank Tabungan Negara (BTN) yang diterapkana sebagai berikut :

- a. Sinergi, menjalin Kerjasama yang sinergi dengan *stakeholder* yang didasari sikap tulus, terbuka, dan mendukung kolaborasi yang produktif dan menjunjung sikap paling percaya dan menghargai untuk mencapai tujuan Bersama.
- b. Integritas, konsisten antara pikiran, perkataan, dan Tindakan sesuai dengan anjuran perusahaan, kode etik profesi, dan prinsip-prinsip kebenaran yang terpuji
- c. Inovasi, terus menumbuhkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi perusahaan.

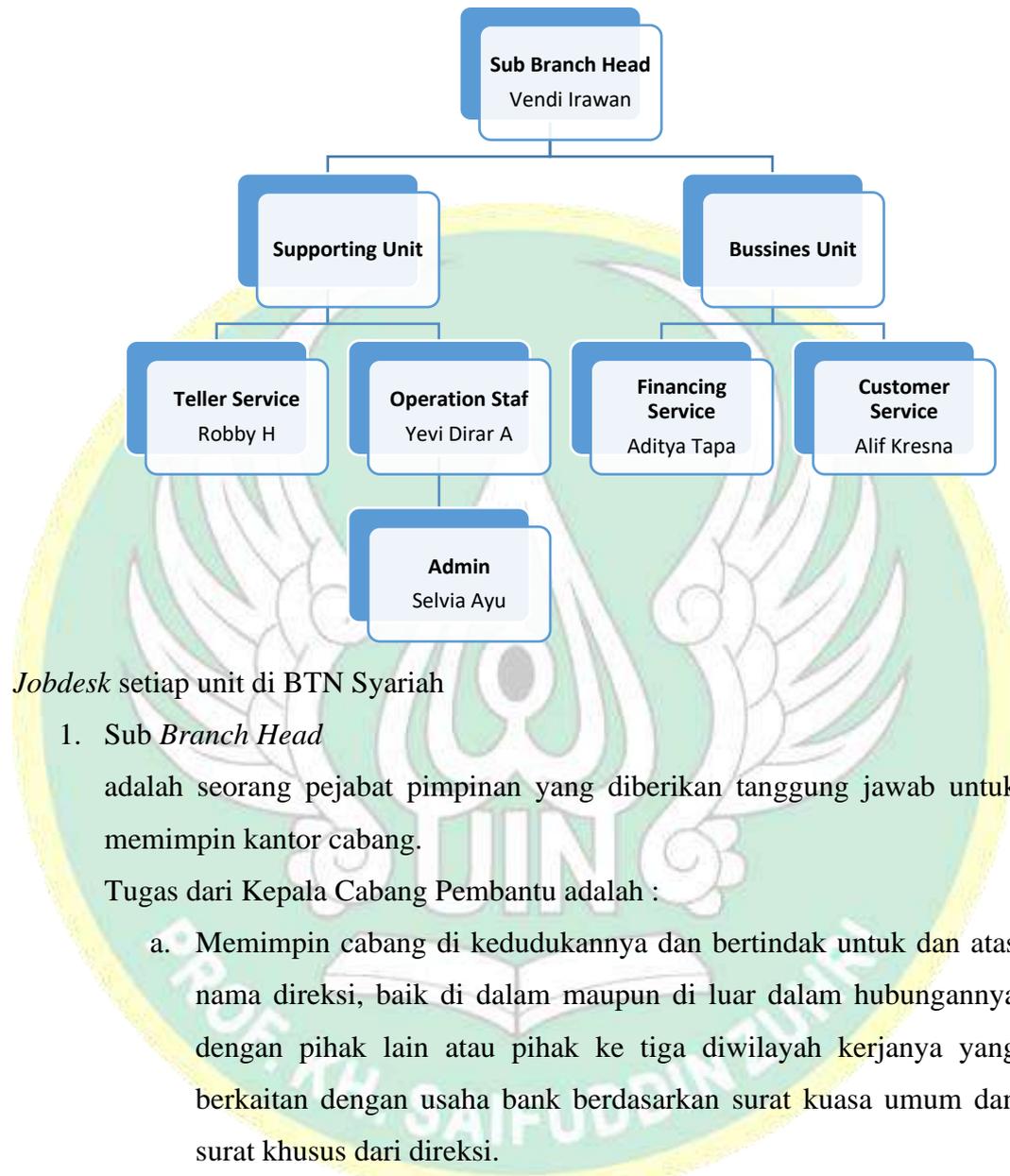
- d. Profesionalisme, visioner dan kompeten dibidangnya, selalu meningkatkan kemampuan diri dengan teknologi terkini sehingga memperoleh kinerja yang baik.
- e. Spirit, mencapai keunggulan, senantiasa selalu semangat dan komitmen yang kuat untuk meraih hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (internal dan eksternal) dengan menempatkan aspek kualitas disetiap kegiatan serta resiko yang telah diperhitungkan.

Serta sepuluh perilaku utama yang merupakan acuan bertindak bagi seluruh karyawan Bank Tabungan Negara (BTN) sebagai berikut:

1. Sinergi
 - a. Tulus, terbuka dan kolaborasi yang produktif
 - b. Saling percaya dan menghargai
2. Integritas
 - a. Konsisten dan disiplin
 - b. Jujur dan berdedikasi
3. Inovasi
 - a. Tanggap terhadap perubahan
 - b. Kreatif dan inovatif dalam melakukan penyempurnaan yang bernilai tambah
4. Profesionalisme
 - a. Kompeten, entrepreneurship, dan bertanggung jawab
 - b. Bekerja cerdas dan berorientasi pada hasil
5. Spirit mencapai keunggulan
 - a. Antusias, proaktif, dan pantang menyerah
 - b. Efektif dan efisien dalam mengutamakan kepuasan pelanggan.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 1.2 Struktur Organisasi BTN Syariah KCP Purwokerto



Jobdesk setiap unit di BTN Syariah

1. Sub Branch Head

adalah seorang pejabat pimpinan yang diberikan tanggung jawab untuk memimpin kantor cabang.

Tugas dari Kepala Cabang Pembantu adalah :

- a. Memimpin cabang di kedudukannya dan bertindak untuk dan atas nama direksi, baik di dalam maupun di luar dalam hubungannya dengan pihak lain atau pihak ke tiga di wilayah kerjanya yang berkaitan dengan usaha bank berdasarkan surat kuasa umum dan surat khusus dari direksi.
- b. Mengelola keuangan, harta kekayaan bank, dan seluruh kegiatan kantor cabang berdasarkan prinsip-prinsip ketatalaksanaan yang sehat dan tertib administrasi sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang ditetapkan direksi.

- c. Pengadaan dan pemeliharaan perlengkapan dan peralatan kerja untuk menunjang operasional kantor cabang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- d. Pemeliharaan hubungan kedinasan dalam rangka kerja sama antar instansi pemerintahan maupun swasta ataupun lembaga perbankan atau non perbankan diwilayah kantor cabang untuk memperlancar kegiatan usaha bank.
- e. Mengoptimalkan pendayaan tenaga kerja dan peralatan guna meningkatkan motivasi kerja, keahlian dalam bidangnya dan hubungan kerja sama yang baik sesuai karyawan sehingga tercapai kerja yang maksimal.
- f. Bertanggung jawab atas kebenaran penyusunan laporan secara berkala maupun insidental dan laporan lainnya yang berhubungan dengan kantor cabang.
- g. Mengusahakan pengembalian kredit yang telah diberikan dengan cara yang dapat dipertanggung jawabkan.
- h. Mengadakan koordinasi dan pengawasan terhadap tugas-tugas yang diberikan kepada bawahan dengan mengadakan evaluasi terhadap pelaksanaan tugas tersebut.

2. *Operation* (Operasional)

Bagian operasional merupakan suatu kelompok kerja yang bertanggung jawab terhadap proses pemberian kredit, mulai dari usaha menjaga dana sampai dana ditransfer ke developer dan dari debitur sampai akad kredit serta pemupukan dana dari masyarakat.

Bagian operasional mempunyai unit kerja sebagai berikut :

a. *Transaction Processing* (Pemrosesan transaksi)

Tugas dari bagian ini adalah memproses transaksi-transaksi yang dilakukan oleh bagian kredit dan dana, selain itu juga bertugas melayani pemrosesan tabungan baru, permintaan tabungan, penginputan data hasil transaksi, penyimpanan kartu contoh tanda tangan dan pemrosesan transaksi manual.

b. *Loan Administration* (Administrasi kredit)

Tugas dari bagian ini adalah melakukan penilaian terhadap calon debitur atau pemohon kredit, melakukan realisasi dan mengadministrasi kredit yang diberikan, memelihara dokumen kredit, serta hal-hal yang berkaitan dengan asuransi.

c. *General Branch Administration* (Administrasi Umum)

Tugas dari bagian ini adalah bertanggung jawab terhadap administrasi pekerjaan kantor yang berkaitan dengan kepegawaian dan rumah tangga kantor yang meliputi gaji karyawan, melayani tamu yang datang ke kantor, pengolahan anggaran kantor cabang logistik, serta bertanggung jawab dalam pemeliharaan gedung dan keamanan kantor.

3. *Teller Service* (Layanan Teller)

Teller mempunyai tugas :

- a. Bertanggung jawab atas penerimaan kas awal hari
- b. Bertanggung jawab atas penyerahan kas akhir hari
- c. Bertanggung jawab atas transaksi tunai dan non tunai nasabah melalui loket
- d. Bertanggung jawab atas akurasi dan kelengkapan *entry* data transaksi tunai dan non tunai melalui loket
- e. Bertanggung jawab terhadap penerapan fungsi Prinsip mengenai nasabah (PBI No.3/10/PBI/2001)
- f. Bertanggung jawab atas kesesuaian antara fisik uang, bukti dasar transaksi dan hasil *entry* transaksi
- g. Bertanggung jawab atas terbebasnya kas dari uang palsu/tidak sah, dan bila ada laporkan ke *head teller*
- h. Bertanggung jawab atas pencetakan laporan transaksi harian
- i. Bertanggung jawab atas penyortiran uang
- j. Bertanggung jawab atas pelaksanaan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan *frontliner*

4. *Customer Service* (Layanan Nasabah)

Customer service mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab atas pelayanan nasabah baik yang datang melalui telepon atau surat
- b. Bertanggung jawab atas akurasi dan kelengkapan data master statis seluruh aplikasi loket
- c. Bertanggung jawab atas pelayanan permohonan blokir dan pembukaan blokir
- d. Bertanggung jawab terhadap penerapan prinsip mengenai nasabah (PBI No. 3/10/PBI/2001)
- e. Bertanggung jawab atas pemeliharaan rate khusus
- f. Bertanggung jawab bertanggung jawab atas pelaksanaan entry data CIF/Nasabah
- g. Bertanggung jawab atas dilaksanakannya proses scanner tanda tangan
- h. Bertanggung jawab atas pelaksanaan seluruh aplikasi pembukaan rekening
- i. Bertanggung jawab atas pemeliharaan data CIF
- j. Bertanggung jawab atas pelaporan perkembangan penggabungan data CIF
- k. Bertanggung jawab atas pemberian *Quality Service Level* terhadap nasabah prima
- l. Bertanggung jawab atas pelayanan administrasi ATM, termasuk pemberian ATM kepada nasabah Kredit
- m. Bertanggung jawab atas *updating rate counter*
- n. Bertanggung jawab atas monitoring kecukupan brosur

5. *Loan Service* (Layanan Kredit)

Loan service mempunyai tugas:

- a. Bertanggung jawab atas layanan informasi kredit, pelunasan kredit dan penyelesaian klaim debitur yang berkualitas

- b. Bertanggung jawab atas layanan permohonan pembayaran extra dan advance payment
 - c. Bertanggung jawab atas layanan penerimaan permohonan klaim asuransi kredit
 - d. Bertanggung jawab atas kelengkapan dan kebenaran data pelunasan dan klaim debitur
 - e. Bertanggung jawab atas penyerahan dokumen pokok bagi debitur yang melunasi kredit dengan benar
 - f. Bertanggung jawab atas penatausahaan seluruh berkas yang terkait ruang lingkup ruang lingkup pekerjaannya.
 - g. Bertanggung jawab terhadap pencetakan Rekening Koran (RK) kredit yang untuk keperluan internal.
5. Produk – produk di Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah

1. Produk Penghimpun Dana

b. Tabungan Batara iB

Produk tabungan dengan menggunakan akad *wadi'ah* (titipan), yang merupakan titipan dari satu pihak ke pihak lain baik individu maupun lembaga yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila pemilik menghendakinya.

c. Tabungan BTN Prima iB

Produk tabungan dengan menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah*, merupakan kerjasama antara dua pihak. Pihak pertama *shahibul maal* (menyediakan modal) dan memberikan kewenangan penuh kepada pihak lainnya. *Mudharib* dalam menentukan jenis dan tempat investasi. Keuntungan dan kerugian dibagi menurut *nisbah* yang disepakati diawal.

d. Tabungan BTN Batara Haji dan Umrah iB

Produk tabungan untuk merencanakan ibadah haji dan umroh berdasarkan prinsip Syariah dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah* (investasi), yang merupakan kerja sama

antara dua pihak yang dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati.

e. Tabungan BTN Qurban iB

Produk tabungan untuk merencanakan pembelian dan penyaluran hewan qurban dengan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *mudharabah muthalaqah* (investasi).

f. Tabungan BTN Tabunganku iB

Tabungan yang ditunjukkan untuk anak-anak yang usianya kurang dari 17 tahun berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *mudharabah muthalaqah* (investasi).

g. Tabungan BTN Emas iB

Produk tabungan untuk merencanakan pembelian emas yang merupakan salah satu bentuk investasi terbaik guna memenuhi kebutuhan masa depan dengan tetap mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan serta berdasarkan prinsip Syariah dengan akad *mudharabah muthalaqah*.

h. Deposito BTN iB

Deposito BTN iB adalah investasi berjangka bagi perorangan atau Lembaga dengan bagi hasil kompetitif menggunakan akad *mudharabah muthalaqah*.

h. Deposito On Call iB

Merupakan investasi berjangka yang dapat memberikan optimalisasi keuntungan bagi *likuiditas* perusahaan dengan jangka waktu 1-28 hari dan dikelola melalui akad *mudharabah muthalaqah*.

i. Giro BTN iB

Merupakan produk berbentuk simpanan dana yang penarikannya menggunakan *cek* atau *bliyet giro* yang mana mempermudah transaksi usaha menggunakan akad *wadi'ah* (titipan).

j. Giro BTN Prima iB

Produk simpanan dengan bagi hasil kompetitif untuk perusahaan yang memiliki aktifitas transaksi bisnis yang tinggi dengan menggunakan akad *Mudharabah Muthalaqoh* (investasi), merupakan kerjasama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati diawal.

6. Produk Pembiayaan Konsumtif

a. KPR BTN Plantimun iB

Produk pembiayaan tepat sebagai opsi untuk kepemilikan rumah, ruko, hingga apartemen melalui proses cepat, uang muka ringan, dan angsuran tetap selama jangka waktu pembiayaan melalui akad *murabahah* (jual beli).

b. KPR BTN Indent iB

Merupakan produk pembiayaan untuk memiliki rumah, ruko, rusun atau apartemen berdasarkan pesanan melalui akad *istishna* (jual beli berdasarkan pesanan).

c. KPR BTN Bersubsidi iB

Pembiayaan ditujukan untuk program kesejahteraan masyarakat berpenghasilan rendah berkerjasama dengan kementerian perkerja umum dan perumahan rakyat dalam rangka mewujudkan kemudahan kepemilikan rumah dengan akad *murabahah* (jual beli) yang banyak memberikan berbagai macam manfaat.

d. pembiayaan Properti BTN iB

Pembiayaan untuk masyarakat yang menginginkan kepemilikan atas *property* baru atau memerlukan pembiayaan ulang (*refinancing*) untuk properti yang telah dimiliki dengan menggunakan akad *Musyarakah Mutamasiqoh* (kepemilikan asset bersama).

e. Pembiayaan kendaraan BTN iB

Produk yang memberikan solusi kepemilikan kendaraan roda dua atau roda empat dengan proses yang cepat, administrasi mudah, harga dan angsuran tetap sampai dengan akhir pembiayaan dengan akad *Mudharabah* (jual beli)

f. Pembiayaan Multimanfaat iB

Merupakan salah satu pilihan bagi pegawai dan pensiunan untuk keperluan pembelian jenis barang elektronik, furniture, dan kebutuhan lainnya tanpa uang muka, angsuran ringan dan tetap sampai dengan lunas dan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun melalui akad *mudharabah* (jual beli)

g. Pembiayaan Multijasa BTN iB

Merupakan pembiayaan keperluan pendanaan kebutuhan layanan jasa seperti Pendidikan, Kesehatan, wisata, umroh, dan pernikahan dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun serta menggunakan akad *kafalah bi ujroh* (imbalan atas jasa pinjaman).

7. Produk Pembiayaan Usaha

a. Pembiayaan Konstruksi BTN IB

Merupakan produk pembiayaan konstruksi BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi pembisnis guna membiayai konstruksi proyek *property* meliputi bangunan dan infrastruktur terkait menggunakan akad *musyarakah* (Kerjasama).

b. Pembiayaan Investasi BTN iB

Merupakan produk pembiayaan investasi BTN iB hadir untuk memberikan solusi bagi nasabah guna pembelian atau pengadaan barang investasi (*Capital Expenditure*) dengan menggunakan akad-akad *murabahah* (penyediaan dana atau tagihan), *musyarakah* (akad penyediaan dana untuk Kerjasama) dan *isthsna* (akad penyediaan dana atau tagihan).

c. Pembiayaan Modal Kerja BTN iB

produk pembiayaan untuk memberikan solusi bagi nasabah guna membiayai keperluan modal kerja nasabah (*operational expenditure*) dalam menjalankan bisnis dengan menggunakan akad Kerjasama (*mudharabah atau musyarakah*).

6. Syarat dan Ketentuan pembukaan produk BTN Tabungan Haji Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

1. Memiliki prinsip *mudharabah Muthalaqoh*
2. Bisa untuk calon nasabah perseorangan maupun lembaga
3. Minimal usia 17 tahun yang mempunyai KTP
4. Foto copy KTP atau identitas yang berlaku
5. Orang tau lembaga atas nama rekening yang dibuka bertanggung jawab sepenuhnya terhadap segala kewajiban yang timbul dari rekening tersebut

7. Prosedur Pembukaan Tabungan Haji BTN Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

1. Nasabah datang ke Bank lalu menemui *costumer service* kemudian, *costumer service* menjelaskan ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi yaitu dengan *fotocopy* identitas diri calon nasabah, setelah nasabah menyetujui persyaratan tersebut nasabah mengisi form
2. *Costumer service* segera membuat rekening baru nasabah dan menginput data nasabah, kemudian nasabah mengisi setoran awal didampingi oleh *costumer service*.

8. Gambaran Umum Informan

Penelitian ini dilaksanakan pada waktu Praktik Pengalaman Kerja Lapangan (PPL) pada waktu itu judul penelitian saya sudah di acc dan dapat pembimbing. Langsung mencari data yang disarankan oleh pembimbing yaitu wawancara dengan *costumer Service* mengenai data jumlah nasabah, prosedur pembukaan buku tabungan dan lain sebagainya. Pada skripsi ini sempat berhenti ditengah jalan ada suatu hal dan kurang lebih 8 bulan kemudian baru dilanjut dan rutin bimbingan, akhirnya proposal saya di acc oleh pembimbing dan seminar proposal. Pada Seminar Proposal ada

revisian di wawancara pada akhirnya saya mencari data yang kurang akan tetapi disini ada kendala yaitu di bank sedang tidak menerima untuk penelitian. Tapi Allhamdulillah disini setelah negoisasi lama sama satpam akhirnya diperbolehkan untuk wawancara ke *Costumer Service*.

B. Strategi pemasaran dalam meningkatkan produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Purwokerto

Strategi adalah sebuah pola yang mendasarkan dari sasaran yang berjalan dan direncanakan, penyebar, sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar dan pesaing dan faktor-faktor lingkungan lainnya. Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen melalui penciptaan suatu produk, baik barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh mereka yang memiliki kebutuhan melalui suatu pertukaran. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan upaya yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia secara individu maupun sosial.

Bank tabungan negara syariah merupakan salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. BTN Syariah merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi biaya perjalanan haji yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad "*mudharabah muthalaqoh*" (investasi), yang merupakan kerjasama antara dua belah pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

Dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap *Costumer Service* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 25 Januari 2021 strategi yang dilakukan oleh Bank BTN KCPS Purwokerto dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu berkerjasama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) untuk setoran awal tabungan haji sehingga mempermudah nasabah memperoleh nomor porsi ibadah haji dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan memenuhi syarat, mendapatkan souvenir yang sangat bermanfaat saat keberangkatan haji, dan untuk nasabah KPR ada program

bundling tabungan haji hal ini merupakan salah satu strategi yang paling ampuh untuk mendongkrak jumlah nasabah tabungan haji sehingga setiap tahun rencana tabungan haji di Bank BTN KCPS Purwokerto meningkat.

Produk yang ditawarkan Bank BTN KCPS Purwokerto mampu bersaing dengan bank lain untuk menarik nasabah tabungan haji karena bank BTN KCPS Purwokerto mempunyai banyak program dan agen haji akan mendapatkan *fee marketing* yang sangat bersaing di bandingkan dengan bank syariah lainnya. Selain itu produk ini hadir mengingat tidak semua warga muslim memiliki kemampuan finansial untuk membayar biaya keberangkatan haji secara sekaligus karena tabungan haji dapat memberikan layanan kemudahan impian ibadah haji ke tanah suci yang terintergrasi langsung dengan sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) *online* yang bisa jamaah haji memperoleh porsi dari kementerian agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan, serta persyaratan pembukaan rekening hanya Kartu Tanda Penduduk dan Nomor Pokok Wajib Pajak (Jika ada).

Salah satu yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar dapat bertahan atau jumlahnya meningkat. Diperlukan strategi pemasaran yang tepat unruk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.

Proses menjual merupakan aktivitas yang sangat penting dalam operasional perbankan. Tanpa proses ini, bisa jadi keuntunga bank tidak optimal bahkan tidak akan tumbuh dengan baik. Agar proses menjual berjalan dengan efektifitas, Bank BTN Syariah Purwokerto dalam memasarkan produk yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kumpulan alat pemasaran terkontrol yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. (Kotler & Armstrong 2010: 75) Variabel-variabel dalam bauran pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *process* (Proses), *People* (Orang), *promotion* (promosi) dan *physical evidence* (bukti fisik), Berdasarkan hasil penelitian di Bank BTN Syariah Purwokerto bauran pasarannya sebagai berikut :

a) Produk

Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Jarot selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 25 Januari 2021 sebagai berikut;

“Produk yang ditawarkan Bank BTN syariah KCPS Purwokerto mampu bersaing dengan bank lain untuk menarik nasabah tabungan haji karena BTN syariah KCPS Purwokerto mempunyai banyak program dan ada agen haji yang akan mendapatkan *fee marketing* yang sangat bersaing di bandingkan dengan bank syariah lainnya. Selain itu produk ini hadir mengingat tidak semua warga muslim memiliki kemampuan finansial untuk membayar biaya keberangkatan haji secara sekaligus karena tabungan haji dapat memberikan layanan kemudahan impian ibadah haji ke tanah suci yang terintergrasi langsung dengan Sistem Komputerasi Haji Terpadu (SISKOHAT) *Online* yang bisa jamaah haji memperoleh porsi dari kementerian agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan, serta persyaratan pembukaan rekening hanya Kartu Tanda Penduduk dan Nomor Pokok Wajib Pajak (jika ada)”

Dari penjelasan diatas bahwa produk rencana tabungan haji memiliki banyak program dan agen haji yang mendapatkan *fee marketing* yang diperoleh dari Bank tabungan Negara Syariah KCPS Purwokerto, terintergrasi langsung oleh sistem komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) *online* sehingga jamaah haji memperoleh nomor porsi dari kementerian dengan jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan dan persyaratan membukan rekening sangat mudah.

Selain itu pendapat lain dari hasil wawancara peneliti dengan mas Alif selaku *Costumer Servis* pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“Mempermudah untuk keberangkatan haji, bebas biaya admin, bagi hasil yang kompetitif, dapat dipotong zakat dan

sodaqoh, mendapatkan souvenir yang menarik dan bermanfaat untuk ibadah haji”

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa produk rencana tabunga haji bagi nasabah yang sudah memenuhi syarat jumlah tabungan dapat mendapatkan porsi keberangkatan haji, Produk ini memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mendapatkan kesempatan untuk berangkat haji. Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi calon jamaah haji yang ingin memastikan kesempatan mereka untuk menunaikan ibadah haji..

b) Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.

Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“Pembukaan rekening cukup terjangkau Rp. 100.000, untuk mendapatkan porsi haji sesuai ketentuan departemen agama Rp. 25.000.000, untuk pelunasan dan biaya lain mengikuti ketentuan departemen agama setiap tahun berubah – ubah”.

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank BTN Syariah menggunakan strategi harga yang terjangkau untuk menarik nasabah dan menawarkan peluang untuk memperoleh porsi haji. Namun, biaya pelunasaan dan biaya lainnya akan ditentukan sesuai dengan ketentuan Departemen Agama yang dapat berubah–ubah setiap tahun.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Biaya yang ditawarkan oleh Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Purwokerto sangat terjangkau sehingga saya minat untuk menabung di BTN KCPS Purwokerto untuk merencanakan tabungan Haji”.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Menurut saya harga yang diberikan sangat terjangkau dan syaratnya sangat mudah”.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Pendapat saya selaku nasabah Bank Tabungan Haji KCPS Purwokerto sangat kompetitif dibandingkan dengan Bank lain”.

Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh ketiga Nasabah dapat disimpulkan bahwa Bank Tabungan Negara kantor cabang Pembantu Syariah Purwokerto memberikan harga yang sangat terjangkau dan kompetitif apalagi zaman sekarang untuk memenuaikan ibadah haji biayanya sangatlah mahal. Sehingga dengan biaya yang terjangkau mempermudah seseorang membuka tabungan haji untuk merencanakan ibadah hajinya.

Dari penjelasan diatas bahwa harga yang diberikan oleh Bank Tabungan Negara KCPS Purwokerto bisa terjangkau oleh kalangan siapapun.

c) Tempat

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“Sudah strategis, di tempat yang terjangkau oleh masyarakat dan terletak ditengah – tengah perkotaan”

Berdasarkan wawancara diatas dapat disimpulkan BTN Syariah Purwokerto memiliki lokasi yang strategis dan terjangkau bagi masyarakat. Kombinasi kedua faktor ini dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dapat memudahkan akses pelanggan sasaran dan meningkatkan potensi pasar. Penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan lokasi ini dengan baik melalui strategi pemasaran yang efektif dan penawaran produk yang menarik bagi nasabah potensial.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

”Menurut saya tempatnya sangat strategis di depan jalan raya, dan nyaman”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Menurut pendapat saya tempatnya sangat strategis dan mudah dijangkau yaitu dekat dengan pusat pembelanjaan”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

” Menurut pendapat saya tempatnya sangat strategis dan aksesnya sangat terjangkau di pinggir jalan raya kota Purwokerto”

Berdasarkan wawancara dari ketiga nasabah dapat disimpulkan bahwa letak tempatnya sangat strategi mudah dijangkau yaitu ditengah–tengah pusat pembelanjaan dan dipinggir jalan raya dan tempatnya nyaman buat menunggu sehingga sangat efektif untuk menarik nasabah untuk datang.

d) Promosi

Promosi adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Promosi yang kami lakukan yaitu menggunakan media sosial karyawan, melakukan, menyebarkan Brosur ditempat keramaian, dan memberikan brosur kepada nasabah yang sudah terdaftar”.

Dari wawancara peneliti diatas dapat disimpulka bahwa keseluruhan, strategi promosi yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah Purwokerto mencoba untuk mencapai berbagai kelompok audiens. Dengan menyebar brosur di masjid-masjid, menggunakan media sosial karyawan, memberikan brosur kepada nasabah yang sudah terdaftar, bank berharap dapat meningkatkan kesadaran,

minat, dan keterlibatan masyarakat dalam produk dan layanan perbankan syariah yang mereka tawarkan.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

”Saya tau produk rencana tabungan haji dari tetangga saya dia sudah menjadi nasabah di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Saya mendapatkan informasi rencana tabungan haji dari saudara saya dia sudah menjadi nasabahnya”.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Saya mengetahui informasi tersebut dari media sosial dan menghubungi nomor yang tertera di pamflet”.

Dari hasil wawancara peneliti diatas bahwa mereka memperoleh informasi dari saudara, tetangga dan media sosial sehingga strategi promosi sangat ampuh untuk mendongkrak minat nasabah untuk menabung di bank BTN KCPS Purwokerto.

e) Orang

Orang adalah yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“ *Costumer Service* berperan untuk membuka rekening dan *teller service* berperan untuk melakukan pembayaran biaya pendafran porsi Haji”.

Dari hasil wawancara peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa dalam konteks produk rencana tabungan haji di BTN Syariah Purwokerto, *customer service* bertanggung jawab untuk membantu nasabah dalam pendaftaran atau pembukaan rekening, melengkapi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. *Teller service* memiliki

peran utama dalam melakukan pembayaran biaya pendaftaran porsi haji. Tugas mereka adalah menerima pembayaran dari nasabah untuk biaya pendaftaran atau porsi haji yang telah dipilih. *Teller Service* akan menerima uang tunai atau metode pembayaran lainnya dari pelanggan, dan memastikan bahwa transaksi pembayaran dilakukan dengan benar. Mereka juga dapat memberikan kwitansi atau bukti pembayaran kepada nasabah sebagai bukti transaksi.

f) Proses

Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya mendapatkan apa yang diinginkan. Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Servis* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 23 Juni 2023 sebagai berikut:

“Pada waktu nasabah datang ke Bank yang pertama menemui *costumer service* kemudian *costumer service* memberikan penjelasan ketentuan dan persyaratan dan meminta persetujuan kepada nasabah, ketika sudah disetujui oleh nasabah, nasabah dimintai untuk mengisi Formulir untuk pembuatan rekening baru pada waktu setoran awal *costumer service* mengarahkan nasabah untuk ke *teller* melakukan setoran awal “.

Dari hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa setiap *costumer service* memberikan arahan kepada nasabah untuk tata cara pembukaan hingga proses akhir dan berkerjasama dengan *teller* untuk membantu melakukan setoran awal bagi nasabah baru.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

“Prosedur yang digunakan bank BTN Syariah KCPS Purwokerto sudah sesuai dengan produser pertama masuk sudah diberi pelayanan yang ramah dan dijelaskan tentang tata cara pembukaan rekening secara jelas dan mudah dipahami”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni sebagai berikut:

” Menurut saya alur pendaftaran pembukaan rekening sangat mudah dan detail menjelaskan persyaratan yang akan digunakan untuk pembukaan rekening baru”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Menurut pendapat saya prosesnya sangat mudah dan customer service dan teller melayani nasabah dengan ramah dari mulai pendaftaran sampai proses akhir.

Dari hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa setiap pembukaan rekening prosesnya mudah dan diberikan penjelasan persyaratan dan pertujuan yang detail, ramah sehingga memudahkan nasabah dari mulai membuka pendaftaran sampai akhir mereka memberikan pelayanan yang terbaik dan kenyamanan bagi nasabah

g) Bukti Fisik

Bukti fisik yaitu bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Alif selaku *Customer Service* pada tanggal sebagai berikut:

"Kebanyakan Nasabah ada keinginan untuk berangkat ibadah haji, dengan adanya produk tabungan haji memberikan kemudahan nasabah untuk merencanakan keinginan ibadahnya dan NOA pembukaan rekening haji tumbuh dengan pesat, membentuk image BTN Syariah sebagai pilihan Bank untuk pendaftaran porsi Haji”.

Dari hasil wawancara peneliti dapat disimpulkan bahwa setiap orang pasti ingin menunaikan ibadah haji tapi terkendala oleh biaya yang tidak sedikit sehingga Bank BTN KCPS Purwokerto menyediakan produk rencana tabungan haji untuk mempermudah seseorang untuk menunaikan ibadah haji dan adanya produk rencana tabungan haji tumbuh pesat dan membentuk image BTN syariah menjadi lebih baik dan terkena dikalangan masyarakat.

C. Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto

Berdasarkan data yang diberikan, terdapat beberapa faktor yang mendukung dan menghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto. Faktor-faktor tersebut antara lain:

a. Faktor-faktor yang mendukung:

Berdasarkan data wawancara yang peneliti lakukan dengan Mas Jarot selaku *Customer Service* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 25 Januari 2021 sebagai berikut:

“Kantor pelayanan sudah tersebar di berbagai wilayah, promosi media cetak, dan memiliki Bundling dengan nasabah KPR”
Dari hasil wawancara oleh peneliti menyimpulkan bahwa faktor pendukung produk tersebut adalah kantor pelayanan sudah tersebar di berbagai wilayah seperti Tegal, Purwokerto, Pemalang, dan sekitarnya promosi di media sosial dan media cetak sangat ampuh untuk memudahkan nasabah mencari informasi tentang produk yang ada di Bank tabungan negara kantor cabang Pembantu Purwokerto dan satu lagi yang menjadi keunikan di Bank BTN KCPS Purwokerto yaitu sistem *bundling* nasabah KPR yang merupakan salah satu faktor pendukung yang berkembang sangat pesat untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank BTN Syariah KCPS Purwokerto.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

“Menurut saya kelebihan dari bank BTN Syaria’h KCPS Purwokerto yaitu kantor pelayanannya mudah terjangkau, dan memberikan informasi sangat mudah yaitu menggunakan media sosial”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Kelebihan dari produk tersebut adalah memiliki system bundling sehingga biaya administrasi lebih murah dan informasi terbaru bisa di lihat di media sosial”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Kelebihan dari produk tersebut adalah kantor pelayanan sangat nyaman, pegawainya sangat ramah – ramah”

Dari hasil wawancara peneliti diatas bahwa kelebihan dari Bank BTN KCPS Purwokerto memiliki beberapa kelebihan yaitu kantor pelayanan yang terjangkau merupakan salah satu memudahkan setiap orang untuk berkunjung. Media sosial juga berpengaruh sekali ke masyarakat untuk mengetahui informasi terbaru dan biaya administrasi pembukaan lebih murah dengan *sistem bundling* yang ada di Bank BTN Syariah KCPS Purwokerto.

b. Faktor-faktor yang menghambat:

Dari hasil wawancara peneliti lakukan dengan Mas Jarot selaku *Costumer Service* Bank BTN KCPS Purwokerto pada tanggal 25 Januari 2021 sebagai berikut :

“ Di kantor pembantu Purwokerto tidak ada *marketing* sehingga semua ikut terlibat dalam marketing baik atas maupun bawahnya dan kurangnya kepeahaman dan kepercayaan konsumen”

Dari hasil wawancara oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa di bank BTN KCPS semua ikut mempromosikan produk lewat media social pribadi masing – masing, ada yang tidak mempunyai *Instagram*, ada yang hanya mempunyai *whatsapp*, jadi untuk mempromosikan produk masih kurang karena tidak menggunakan semua media sosial dan kurangnya pemahaman dan kepercayaan sehingga menimbulkan masih ragu untuk percaya pada produk tersebut.

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Endah selaku Nasabah pada tanggal 13 Juni 2023 sebagai berikut:

“ Masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk rencana tabungan haji dan sistem promosi produknya masih kurang karena keterbatasan marketing”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Bapak Agus selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“Menurut saya masih kurang dalam hal promosi masih banyak orang yang belum tau media sosial”

Pendapat lain berdasarkan wawancara peneliti dilakukan dengan Ibu Suripatul selaku Nasabah pada tanggal 14 Juni 2023 sebagai berikut:

“kurangnya pemahaman masyarakat tentang rencana tabungan haji sehingga masih sulit untuk percaya”

Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa belum sepenuhnya memahami produk rencana tabungan haji atau masih ragu untuk percaya pada produknya sehingga perlu memberikan informasi edukasi kepada masyarakat tentang produk tersebut dan promosi di media sosial harus ditingkatkan lagi.

D. Pembahasan

A. *Marketing mix* sudah diterapkan di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto dalam meningkat jumlah nasabah terhadap produk rencana tabungan haji

Setiap bank maupun perusahaan pasti mempunyai strategi *marketing mix* atau strategi bauran pemasaran untuk meningkatkan produk mereka, dengan diterapkan strategi *marketing mix* maka perusahaan atau bank dapat mengetahui produk apa yang diminati oleh masyarakat. Penerapan strategi *marketing mix* ini diharapkan dapat menambah pengetahuan masyarakat mengenai produk yang diperjual belikan. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai tujuan utama dari sebuah perusahaan. Adapun Variabel-variabel dalam bauran pemasaran meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *process* (Proses), *People* (orang), *promotion* (promosi), dan *physical evidence* (bukti fisik). Berdasarkan hasil penelitian di Bank BTN Syariah Purwokerto bauran pasarannya sebagai berikut :

a. Produk (*Product*)

Biaya admin salah satu keuntungan dari produk ini adalah tidak adanya biaya administrasi. Dengan demikian, nasabah tidak perlu membayar biaya tambahan yang sering kali menjadi beban ekstra dalam pengelolaan tabungan. Dapat bagi hasil yang kompetitif: Tabungan Haji Umroh BTN iB memberikan bagi hasil yang kompetitif kepada nasabah. Ini berarti nasabah dapat memperoleh keuntungan atau bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan dengan

produk serupa yang ditawarkan oleh bank lain. Dapat dipotong untuk zakat, infaq, dan sodakoh. Salah satu keunggulan produk ini adalah kemampuannya untuk dipotong secara otomatis untuk zakat, infaq, dan sodakoh. Hal ini memudahkan nasabah dalam melakukan amal ibadah tanpa harus melakukan proses manual. Mendapatkan souvenir menarik dan bermanfaat untuk ibadah haji: Nasabah produk ini akan mendapatkan souvenir yang menarik dan bermanfaat untuk ibadah haji. Ini bisa menjadi nilai tambah bagi nasabah yang ingin merasakan manfaat lebih dari tabungan mereka. Kualitas produk yang bersaing dengan produk tabungan haji dari bank lain. BTN Syariah Purwokerto berupaya agar produk tabungan Haji Umroh BTN iB memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan produk serupa dari bank lain. Hal ini menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan produk terbaik kepada nasabahnya.

Dengan menyediakan berbagai benefit tersebut, BTN Syariah Purwokerto berharap dapat menarik perhatian calon nasabah dan memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka terkait ibadah haji. Selain itu, mereka juga ingin memastikan bahwa produk mereka mampu bersaing dengan produk tabungan haji yang ditawarkan oleh bank lain

b. Harga (*price*)

Harga sebagai penentu tingkat laku produk dari data tersebut menyatakan bahwa harga merupakan faktor penting yang menentukan tingkat laku produk. Artinya, harga yang ditetapkan akan mempengaruhi minat dan keputusan pembelian pelanggan.

1. Bank Tabungan Negara Syariah Purwokerto menggunakan strategi harga dengan menawarkan pembukaan rekening yang cukup terjangkau sebesar 100 ribu rupiah. Hal ini dapat menjadi daya tarik bagi calon nasabah yang ingin membuka rekening di bank tersebut.

2. Penawaran harga tersebut bertujuan untuk memperoleh porsi haji sesuai ketentuan Departemen Agama. Dengan membayar 100 ribu rupiah, nasabah dapat memperoleh porsi haji senilai 25 juta rupiah.
3. Selain pembukaan rekening, nasabah juga akan dikenakan biaya pelunasan dan biaya lainnya sesuai dengan ketentuan Departemen Agama yang dapat berubah setiap tahun. Hal ini menunjukkan adanya aspek dinamis dalam penentuan biaya yang harus dibayarkan nasabah.

Dengan demikian, BTN Syariah Purwokerto menggunakan strategi harga yang terjangkau untuk menarik pelanggan dan menawarkan peluang untuk memperoleh porsi haji. Namun, biaya pelunasan dan biaya lainnya akan ditentukan sesuai dengan ketentuan Departemen Agama yang dapat berubah-ubah setiap tahunnya.

Midawiyah (2012), berpendapat dalam pembahasan skripsinya bahwa harga yang diterapkan oleh BNI Syariah menggunakan sistem bagi hasil berdasarkan kesepakatan Bersama (antara bank dan nasabah). System bagi hasil tersebut perlu dikomunikasikan secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai system operasionalnya. Keuntungan yang diperoleh nasabah pada tabungan haji tergantung pada jumlah saldo rata-rata yang didapat dalam satu bulan dan tergantung pada keuntungan yang diperoleh bank atas pengelolaan dana tersebut.

c. Tempat (*Place*)

Lokasi BTN Syariah Purwokerto terletak di tempat yang strategis di pinggir jalan raya perkotaan. Ini adalah faktor positif karena dapat memberikan akses yang mudah bagi pelanggan sasaran. Keberadaan bank di lokasi yang strategis dapat meningkatkan keterjangkauan bagi masyarakat, sehingga memudahkan mereka untuk mengakses produk dan layanan

perbankan yang disediakan. Keberadaan BTN Syariah Purwokerto berada di tempat yang terjangkau bagi masyarakat. Hal ini bisa menjadi keuntungan bagi perusahaan karena dapat menarik minat dan partisipasi masyarakat yang ingin menggunakan produk dan layanan perbankan yang disediakan. Lokasi yang terjangkau dapat membantu meningkatkan potensi pasar dan jumlah pelanggan yang dapat dijangkau.

Bank Tabungan Negara Syariah Purwokerto memiliki lokasi yang strategis dan terjangkau bagi masyarakat. Kombinasi kedua faktor ini dapat menjadi keuntungan bagi perusahaan, karena dapat memudahkan akses pelanggan sasaran dan meningkatkan potensi pasar. Penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan lokasi ini dengan baik melalui strategi pemasaran yang efektif dan penawaran produk yang menarik bagi pelanggan potensial.

d. Promosi (*Promotion*)

Bank BTN Syariah Purwokerto menggunakan strategi promosi dengan melibatkan tiga metode promosi yang berbeda, yaitu:

1. Menyebar Brosur di Masjid-Masjid

Bank BTN Syariah Purwokerto menggunakan metode ini untuk menjangkau masyarakat yang sering mengunjungi masjid. Brosur yang ditempatkan di masjid dapat menjadi sumber informasi bagi jamaah yang tertarik dengan produk dan layanan perbankan syariah rencana tabungan haji. Langkah ini dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang produk dan memberikan informasi lebih lanjut kepada calon nasabah.

2. Media Sosial

Bank BTN Syariah Purwokerto menggunakan jangkauan media sosial untuk strategi promosi mereka. Media sosial adalah platform yang efektif untuk

berkomunikasi dengan khalayak yang lebih luas, terutama dengan generasi yang lebih muda. Dengan memanfaatkan media sosial, bank dapat mempromosikan produk dan layanan mereka kepada audiens yang lebih besar dan lebih beragam. Media sosial juga memungkinkan bank untuk berinteraksi langsung dengan nasabah potensial, memberikan informasi lebih lanjut, dan menjawab pertanyaan yang mungkin mereka miliki.

3. Brosur untuk Nasabah Terdaftar

Salah satu strategi promosi yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah Purwokerto adalah menyediakan brosur khusus untuk nasabah yang sudah terdaftar di BTN Syariah. Ini dapat dianggap sebagai upaya untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan memberikan mereka informasi terbaru tentang produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Brosur ini mungkin berisi penawaran khusus atau promosi yang hanya tersedia bagi nasabah yang sudah terdaftar.

Dalam keseluruhan, strategi promosi yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah Purwokerto mencoba untuk mencapai berbagai kelompok audiens. Dengan menyebar brosur di masjid-masjid, menggunakan media sosial, dan memberikan brosur kepada nasabah yang sudah terdaftar, bank berharap dapat meningkatkan kesadaran, minat, dan keterlibatan masyarakat dalam produk dan layanan perbankan syariah yang mereka tawarkan.

Menurut Fakhriyan Sefti Adhaghassani (2016) dalam pembahasannya berpendapat bahwa kegiatan promosi perlu dilakukan oleh setiap industri untuk menginformasikan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar produk dikenal, diketahui, dibutuhkan dan

diminta oleh konsumen. Kegiatan promosi dapat berupa iklan, promosi penjualan, yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui media cetak, elektronik maupun media online.

e. Orang (*People*)

People adalah orang yang memiliki andil dalam memberikan atau menunjukkan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Berdasarkan data yang diberikan, terdapat dua jenis pelayanan yang diberikan oleh petugas di Bank BTN KCPS Purwokerto dalam konteks produk rencana tabungan haji, yaitu *costumer service* dan *teller service*.

Costumer service memiliki peran utama dalam pembukaan rekening untuk produk rencana tabungan haji. Mereka bertanggung jawab untuk melayani dan membantu nasabah yang ingin mendaftar atau membuka rekening rencana tabungan haji. Tugasnya meliputi memberikan informasi tentang produk, proses pendaftaran, serta membantu nasabah mengisi formulir dan dukumen yang diperlukan. *Costumer service* dapat memberikan penjelasan tentang syarat dan ketentuan yang berlaku dalam produk rencana tabungan haji.

Teller service memiliki peran utama dalam melakukan pembayaran biaya pendaftaran porsi haji. Tugasnya menerima pembayaran dari nasabah untuk pembayaran tabungan rencana haji atau porsi haji yang dipilih. *Teller service* akan menerima uang tunai atau metode pembayaran lainnya dari nasabah, dan memastikan bahwa transaksi pembayaran dilakukan dengan benar. *Teller service* dapat memberikan kwintasi atau bukti pembayaran kepada nasabah sebagai bukti transaksi yang sah.

Dengan demikian, dalam konteks produk rencana tabungan haji di bank BTN KCPS Purwokerto, *costumer service* bertanggung jawab untuk membantu nasabah dalam pendaftaran atau pembukaan rekening, sedangkan *teller service* bertanggung jawab untuk

menerima pembayaran. Kedua peran ini berkerja secara terpisah namun saling melengkapi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

f. Proses (*Process*)

Proses disini adalah mencakup bagaimana cara perusahaan melayani permintaan tiap konsumennya. Mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya mendapatkan apa yang diinginkan. Berdasarkan data yang diberikan, dapat disusun alur proses yang dilakukan oleh Bank BTN Syariah Purwokerto dalam merencanakan buku tabungan dengan nasabah sebagai berikut:

- 1) Seorang nasabah datang langsung ke Bank BTN Stariah Purwokerto untuk membuka buku tabungan.
- 2) Nasabah bertemu dengan seorang *costumer service* yang bertugas untuk memberikan informasi dan membantu proses pembukaan buku tabungan.
- 3) *Costumer service* menjelaskan kepada nasabah mengenai ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi untuk membuka buku tabungan. Persyaratan tersebut mencakup fotocopy identitas diri calon nasabah.
- 4) Setelah mendengarkan penjelasan *costumer service*, nasabah menyetujui persyaratan yang telah dijelaskan.
- 5) Nasabah mengisi formulir pembukaan buku tabungan yang memuat data diri dan informasi yang diperlukan oleh Bank.
- 6) *Costumer service* melakukan proses pembuatan rekening baru untuk nasabah tersebut. Data nasabah yang diisi oleh nasabah pada formulir akan diinput oleh *costumer service* ke sistem Bank.
- 7) Nasabah mengisi setoran awal ke *teller service* untuk menyetorkan uang tunai.

Dengan mengikuti alur tersebut, Bank BTN Syariah Purwokerto dapat memberikan pelayanan kepada nasabah yang ingin membuka buku tabungan. Proses ini melibatkan interaksi

antara nasabah dan *costemer service* untuk memastikan persyaratan terpenuhi dan rekening baru dapat dibuat dengan sukses.

g. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Memberikan informasi terkait benefit produk tabungan haji yang akan didapatkan adalah menyampaikan informasi yang jelas dan lengkap tentang manfaat dan keuntungan yang diperoleh dari produk rencana tabungan haji dapat membantu meyakinkan konsumen agar percaya pada produk tersebut. Memberikan kemudahan nasabah untuk merencanakan tabungan adalah menyediakan skema setoran auto-debet bulanan dan program berhadiah dapat memudahkan nasabah dalam merencanakan dan mengatur tabungan mereka. Kemudahan ini dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk rencana tabungan haji.

Kebanyakan nasabah memiliki keinginan untuk berangkat ibadah haji dengan adanya produk tabungan haji, nasabah yang memiliki keinginan untuk berangkat haji dapat merasa terbantu dalam merencanakan keinginan ibadah mereka. Produk ini dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, sehingga meningkatkan minat mereka.

B. Faktor-faktor yang mendukung dan menghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto

- a. Faktor pendukung terhadap produk rencana tabungan haji adalah mempromosikan dimedia sosial merupakan strategi yang paling ampuh untuk nasabah mengetahui informasi yang terkait adanya produk rencana tabungan haji, sistem jemput bola mempermudah nasabah dalam pendanaan dan dapat meningkatkan target pendanaan serta sebagai alternatif cara untuk meningkatkan jumlah nasabah yang dimiliki oleh bank untuk target yang telah ditentukan, dan sistem *bundling* nasabah KPR strategi ini bertujuan untuk meningkat penjualan dan memberikan nilai lebih kepada konsumen.
- b. Faktor Penghambat terhadap produk rencana tabungan haji adalah Kurangnya pemahaman dan kepercayaan konsumen ada Beberapa konsumen mungkin belum sepenuhnya memahami produk rencana tabungan haji atau masih ragu untuk percaya pada produk tersebut. Dalam hal ini, upaya penyampaian informasi yang lebih efektif dan edukasi kepada konsumen dapat membantu mengatasi hambatan ini dan tidak ada *marketing* di Bank Tabungan Negara Syariah KCPS jadi semua ikut mempromosikan produk lewat media social pribadi masing-masing, ada yang tidak mempunyai Instagram, ada yang hanya mempunyai *whatsapp*, jadi untuk mempromosikan produk masih kurang karena tidak menggunakan semua media sosial.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian mengenai “*Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Rencana Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank BTN Syariah KCP Purwokerto yaitu melalui *bundling* nasabah KPR, Persyaratan yang mudah, melalui strategi promosi karyawan, media sosial, menyebar brosur ditempat keramaian, memberikan informasi benefit untuk mempermudah nasabah untuk mengetahui rencana tabungan haji dengan setoran auto debit yang diberikan oleh bank BTN Syariah KCP Purwokerto oleh karena itu Bank BTN Syariah KCP Purwokerto menggunakan strategi *marketing mix* yang paling ampuh dilakukan oleh Bank BTN Syariah KCP Purwokerto.
2. Faktor pendukung dan penghambat terhadap produk rencana tabungan haji pada Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto berdasarkan data faktor pendukungnya terhadap produk rencana tabungan haji termasuk promosi di media sosial, sistem jemput bola, dan sistem *bundling* nasabah KPR. Namun faktor penghambat termasuk kurangnya pemahaman dan kepercayaan konsumen terhadap produk, serta kurangnya pemasaran dari pihak BTN Syariah KCPS secara langsung, terutama dalam memanfaatkan berbagai media sosial dapat menjadi penghambat dalam mempromosikan produk rencana tabungan haji secara efektif.

B. Saran

Berikut ini saran-saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian di Bank BTN Syariah KCSP Purwokerto:

1. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas objek penelitian agar memperoleh informasi yang lebih luas cakupannya.
2. Bagi Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto diharapkan ke depannya bias pertimbangan untuk melibatkan influencer atau tokoh agama terkenal dalam promosi produk rencana tabungan Haji Umroh BTN iB untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat, Tingkatkan promosi melalui media sosial dengan menyajikan konten informatif dan menarik mengenai manfaat produk rencana tabungan Haji Umroh BTN iB serta pengalaman nasabah yang telah memanfaatkan, dan inovasi terus-menerus pada produk dan pelayanan tabungan haji untuk membedakan Bank Tabungan Syariah KCPS Purwokerto dari pesaing. Misalnya, tambahkan fitur-fitur digital seperti pembukaan rekening online atau pelacakan perkembangan tabungan melalui aplikasi seluler dan membentuk divisi marketing untuk lebih efektif untuk memasarkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. T. (2020). *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Kencana
- Akbar. 2019. *Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman Bogor*.
- Al-Ghazali. (2018). *Ihya' Ulumuddin*. Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Mawardi. (2019). *Al-Ahkam As-Sultaniyyah*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Al-Qaradhawi, Y. (2017). *Fiqh Al-Hajj*. Beirut: Dar Al-Kotob Al-Ilmiyah.
- Amalia Aisyah. 2016. *Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Dan Swot Pada Perusahaan Popsy Tubby*. Performa : Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volime 1, Nomor 3.
- Arifin, Zainul. (2021). *Bank Syariah: Konsep, Produk, dan Operasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran Dasar, konsep, dan Strategi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah. 2020. *Efektivitas Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro*.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Jumlah Jamaah Haji yang Diberangkatkan ke Tanah Suci Mekah*. Jakarta.
- Ginting Nembah F.Hartimbun. *Manajemen Pemasaran*. Bandung CV.Yrama Widya.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syariah; cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Cet. 1 : Bogor ; Ghalia Indonesia.
- Hidayat, R. (2020). *Bank Syariah: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Bandung: Alfabeta
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana
- Kartajaya,Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Market* cetakan 1 : Bandung : Mizan.
- Kasmir dan Jakfar. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cet 1; Jakarta : kencana.
- Kasmir. 2010. *Dasar – Dasar perbankan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler ,Philip dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Malayu, S.P. Hasibun. 2001. *dasar-dasar perbankan*. cet.I Jakarta : PT. Bumi aksara.

- Mauludianah. 2019, Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan Pasuruan.
- Midawiyah. 2012, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makasar.*
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung : Remaja Rodakarya
- Musrsyid M. 2014. *Manajemen Pemasaran,* Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- N.S Sukanmandita . 2013. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nur Rianto Al-Arif. 2010. *Dasar – Dasar Pemasaran Syariah.* Bandung : Alfabet.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis.* Yogyakarta: Graha ilmu
- Saputra. 2017. *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang.*
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R & D.* Cet 26,Bandung : Al Fabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran konsep, Strategi, dan kasus.* Yogyakarta: (Center of Academic Publishing Service) CAPS
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Undang – undang RI. (2010). *Nomor 37 Tahun 2009 Tentang keimigrasian dan perpu 2 Tahun 2009 tentang penyelenggara Ibadah Haji.* Bandung: Citra Umbata.
- Siregar, M. (2021). *Bank Syariah: Pengantar dan Implementasi.* Jakarta: Rajawali Pers



LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara

Observasi Proposal Skripsi

Nama : Mela Hikmatul Sabila
Narasumber : Mas Jarot (Costumer Service)
Tempat : PT. Bank Tabungan Negara Syariah KCP Purwokerto
NIM : 1717202033

1. Bagaimana strategi BTN syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Produk Tabungan Haji ?

Jawab: bank BTN syariah berkerja sama dengan KBH-KBH untuk setoran awal haji dan untuk nasabah KPR ada program Bundling tabungan haji

2. Bagaimana Funding dan Lending dalam Produk Tabungan Haji di BTN syariah KCPS Purwokerto ?

Jawab : ada banyak program dari kantor pusat untuk meningkat jumlah nasabahrencana tabungan haji dan produk lainnya

3. Apakah BTN Syariah KCPS mampu bersaing dengan Bank Lain untuk menarik nasabah Tabungan haji, karena kebanyakan Di BNI syariah dan Bri syariah ?

Jawab : tentu bisa, karena di Bank BTN syariah kcps Purwokerto banyak program dan nanti akan ada agen haji yang mendapatkan fee marketing yang mampu bersaing.

4. Beberapa jumlah perbulan nasabah dalam produk tabungan haji di BTN KCPS Purwokerto ?

Jawab :

Tahun	Jan	Feb	Mar	April	Mei	Juni	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
2018	3	1	2	6	4	3	0	4	35	3	39	51
2019	46	27	67	32	8	5	5	5	5	6	3	2
2020	5	14	14	22	6	21	15	17	3	12	101	8
2021	12	24	18	29	10	34	7	13	9	23	82	17

5. Beberapakah jumlah pertahun nasabah dalam produk tabungan haji di BTN KCPS Purwokerto?

Jawab :

Tahun	2018	2019	2020	2021
Jumlah	151	211	238	278

6. Apa saja Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pemasaran Di BTN syariah KCPS Purwokerto ?

Jawab : Faktor pendukungny kantor pelayanan sudah tersebar di Bank BTN konvensional maupun syariah, pemasarannya melalui media sosial dan media cetak.

Faktor penghambatnya kurangnya tenaga pemasaran atau terbatas.

Observasi Setelah Seminar Proposal

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam meningkat jumlah Nasabah Rencana Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

Narasumber : Mas Alif

Tempat : PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

Waktu : 23 Juni 2023

Daftar Pertanyaan

1. Apa saja yang didapatkan dari produk rencana Tabungan Haji Pada PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab: Mempermudah untuk keberangkatan haji, bebas biaya admin, bagi hasil yang kompetitif, dapat dipotong zakat dan sodaqoh, mendapatkan souvenir yang menarik dan bermanfaat untuk ibadah haji
2. Bagaimana kualitas Produk Rencana Tabungan Haji PT tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab: kualitas baik dapat bersaing dengan produk tabungan haji di bank lain
3. Bagaimana Penetapan harga yang ditawarkan pada produk rencana tabungan haji pada PT tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab: pembukaan rekening cukup terjangkau Rp. 100.000., untuk mendapatkan porsi haji sesuai dengan ketentuan departemen agama Rp. 25.000.000.00, untuk pelunasan dan biaya lain mengikuti ketentuan departemen agama yang setiap tahun berubah-ubah.
4. Dalam hal tempat, apakah letak PT tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto sudah sesuai dengan strategi pemasaran?
Jawab: sudah strategis, ditempat yang terjangkau masyarakat
5. Bagaimana PT tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto melakukan promosinya? Dan sarana atau alat yang digunakan untuk promosi?
Jawab: media sosial, menyebarkan brosur ditempat keramaian
6. Siapa saja yang bertugas memberikan pelayanan maupun pendaftaran pada produk rencana tabungan haji ?
Jawab: customer service berperan untuk pembukaan rekening dan teller service berperan untuk melakukan pembayaran biaya pendaftaran porsi haji
7. Bagaimana cara meyakinkan konsumen agar percaya pada produk rencana tabungan haji?
Jawab: memberikan informasi terkait benefit tabungan haji yang akan didapat, memberikan kemudahan nasabah untuk merencanakan tabungan haji dengan skema setoran autodebet bulanan dan program hadiah.

8. Bagaimana pengaruh nasabah setelah ditawarkan produk rencana tabungan haji?

Jawab: "Kebanyakan Nasabah ada keinginan untuk berangkat ibadah haji, dgn adanya produk tab haji memberikan kemudahan nasabah utk merencanakan keinginan ibadahnya"

9. Dengan strategi pemasaran ini bagaimana hasil yang telah diperoleh dari pihak bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?

Jawab: "NOA pembukaan rek haji tumbuh dengan pesat, membentuk image BTN Syariah sebagai pilihan Bank utk pendaftaran porsi Haji "



Observasi Skripsi untuk Nasabah

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam meningkatkan jumlah Nasabah Rencana Tabungan Haji Pada PT Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto

Narasumber : Ibu Endah (Nasabah)

Waktu : 13 Juni 2023

Daftar Pertanyaan

1. Apa saja kelebihan dan kekurangan pada Produk rencana Tabungan Haji pada PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : kelebihan dari Bank BTN KCPS Purwokerto yaitu kantor pelayanannya mudah terjangkau, dan memberikan informasi sangat mudah yaitu melalui media sosial dan kekurangannya yaitu kurangnya pemahaman terhadap masyarakat tentang produk rencana tabungan dan sistem promosi masih kurang karena keterbatasan marketing
2. Bagaimana kondisi tempat bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : tempat sangat strategis di depan jalan raya
3. Darimana ibu/ bapak tau tentang rencana tabungan haji Di bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : saya tau produk tabungan haji dari tetangga saya dia sudah menjadi nasabah di Bank BTN KCPS Purwokerto
4. Bagaimana penetapan harga yang ditawarkan oleh PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : biaya yang ditawarkan oleh bank btn syariah kcps Purwokerto sanga terjangkau sehingga saya minat untuk menabung di BTN KCPS Purwokerto untuk merencanakan tabungan haji
5. Bagaimana prosedur pembukaan rekening produk rencana tabungan haji PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : Prosedur yang digunakan bank BTN Syariah KCPS Purwokerto sudah sesuai dengan prosedur pertama masuk sudah diberi pelayanan yang ramah dan dijelaskan tentang tata cara pembukaan rekening secara jelas dan mudah dipahami

Narasumber : Bapak Agus (Nasabah)

Waktu : 14 Juni 2023

Daftar Pertanyaan

1. Apa saja kelebihan dan kekurangan pada Produk rencana Tabungan Haji pada PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : kelebihan dari bank BTN KCPS Purwokerto yaitu memiliki sistem bundling sehingga biaya administrasi lebih murah dan informasi terbaru bisa di liat di media sosial dan kekurangannya dalam promosi masih banyak orang belum tau media sosialnya.
2. Bagaimana kondisi tempat bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : tempatnya strategis dan akses sangat strategis dan mudah terjangkau yaitu dekat dengan pusat pembelanjaan.
3. Darimana ibu/ bapak tau tentang rencana tabungan haji Di bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : saya mendapatkan informasi rencana tabungan haji saudara saya dia sudah menjadi nasabah.
4. Bagaimana penetapan harga yang ditawarkan oleh PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : harga yang diberikan sangat terjangkau dan syaratnya sangat mudah
5. Bagaimana prosedur pembukaan rekening produk rencana tabungan haji PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : alur pendaftaran pembukaan rekening sangat mudah dan detail menjelaskan persyaratan yang akan digunakan untuk pembukaan rekening baru

Narasumber : Ibu Suripatul (Nasabah)

Waktu : 14 Juni 2023

Daftar Pertanyaan

1. Apa saja kelebihan dan kekurangan pada Produk rencana Tabungan Haji pada PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : kelebihan dari produk tersebut adalah kantor pelayanan sangat nyaman dan pegawainya ramah – ramah dan kurangnya pemahaman masyarakat tentang rencana tabungan haji sehingga masih sulit untuk percaya
2. Bagaimana kondisi tempat bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : tempatnya strategis dan akses sangat terjangkau di pinggir jalan raya kota Purwokerto
3. Darimana ibu/ bapak tau tentang rencana tabungan haji Di bank BTN Syariah KCP Purwokerto?
Jawab : saya mendapatkan informasi dari media sosial dan menghubungi nomor yang tertera di pamflet untuk bertanya tentang produk-produknya
4. Bagaimana penetapan harga yang ditawarkan oleh PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : harganya sangat kompetitif dibandingkan bank lain
5. Bagaimana prosedur pembukaan rekening produk rencana tabungan haji PT Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwokerto?
Jawab : prosesnya sangat mudah dan costumers service dan teller melayani nasabah dengan ramah dari mulai pendaftaran sampai proses akhir.

Lampiran 2: Dokumentasi wawancara, dan Brosur

Dokumentasi wawancara dengan Mas Alif (Costumer Service)



Dokumentasi wawancara dengan Nasabah



Brosur Rencana Tabungan Haji

3.2 Program Umroh Junior Auto Debet

Program untuk mempersiapkan ibadah Umroh ke Tanah Suci bagi seluruh siswa dan siswi sekolah mitra BTN Syariah dengan benefit sebagai berikut:

- Harga paket umroh terbaik
- Tambahan discount biaya Umroh.
- Angsuran fleksibel sesuai dengan jangka waktu.
- Mendapatkan Program "Fun Manasik bersama BTN Syariah"

TARGET DANA	JANGKA WAKTU (TAHUN)	SETORAN RUTIN BULANAN	HADIAH UNTUK NASABAH	INSENTIF UNTUK SALES AGENT
25,000,000	2	1,042,000	200,000	50,000
	3	694,500		
	4	521,000		
	5	694,500		





Tabungan BTN Haji & Umroh IB

Aksi Nyata
Wujudkan Impian Anda

Rencanakan Ibadah Haji Anda Sejak Dini Bersama BTN Syariah

Contact Center: **1500-286**

www.btm.co.id

Program Tabungan Haji

1. Program Untuk Mendapatkan Porsi Haji

Program untuk nasabah baru maupun nasabah existing BTN Syariah untuk memperoleh porsi Haji.

1.1 Program Setoran langsung

Pembukaan rekening Tabungan BTN Haji & Umroh IB sebesar Rp. 25.000.000 dan langsung memperoleh porsi Haji.

NASABAH				
Mendapatkan Porsi Haji				
25.000.000	2	1.042.000	200.000	50.000

1.2 Program Setoran Bertahap

Program auto debet bagi nasabah dengan target Rp.25.000.000 untuk memperoleh porsi haji.

TARGET DANA	JANGKA WAKTU (TAHUN)	SETORAN RUTIN BULANAN	HADIAH UNTUK NASABAH	INSENTIF UNTUK SALES AGENT
25.000.000	0,5	4.167.000	200.000	50.000
	1	2.083.500		
	2	1.042.000		
	3	694.500		
	5	417.000		

2. Program Persiapan & Pelunasan Keberangkatan Haji

2.1 Program Full Payment

Program bagi nasabah yang menyetorkan dana minimal Rp 15.000.000 untuk pelunasan biaya haji atau uang saku haji yang diblokir di awal.

NOMINAL	LAMA PERTIMPAMAN	LAMA TUNGGU	KEBERANGKATAN
15.000.000	3	6	8
20.000.000	3	6	8
25.000.000	3	6	8

2.2 Program Auto Debet

Pemberian hadiah kepada nasabah yang mengikuti program auto debet untuk target dana minimal Rp 15.000.000 dengan jangka waktu tertentu untuk pelunasan biaya haji atau uang

TARGET DANA	JANGKA WAKTU (TAHUN)	SETORAN RUTIN BULANAN	HADIAH UNTUK NASABAH	INSENTIF UNTUK SALES AGENT
15,000,000	0,5	3.333,000	100,000	30,000
	1	1.667,000		
	2	833,500		
	3	556,000		
	4	417,000		
	5	333,500		
	7	238,500		

TARGET DANA	JANGKA WAKTU (TAHUN)	SETORAN RUTIN BULANAN	HADIAH UNTUK NASABAH	INSENTIF UNTUK SALES AGENT
20,000,000	0,5	3.333,500	150,000	40,000
	1	1.667,000		
	2	833,500		
	3	556,000		
	4	417,000		
	5	333,500		
	7	238,500		

3. Program Tabungan Umroh

3.1 Program Umroh Reguler Auto Debet

Program untuk mempersiapkan ibadah Umroh ke Tanah Suci bagi Nasabah BTN Syariah dengan benefit sebagai berikut:

- Harga paket umroh terbaik.
- Tambahan discount biaya Umroh.
- Voucher potongan harga ataupun barang dan jasa untuk target dana dan jangka waktu tertentu.

TARGET DANA	JANGKA WAKTU (TAHUN)	SETORAN RUTIN BULANAN	HADIAH UNTUK NASABAH	INSENTIF UNTUK SALES AGENT
25,000,000	3	8.333,500	200,000	50,000
	6	4.167,000		
	9	2.778,000		
	12	2.083,500		

Dokumentasi Suasana kegiatan kantor di Bank BTN Syariah KCP Purwokerto



Lampiran 4: Sertifikat BTA dan PPI



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: B-206/In.17/UPT.MAJ/Sti.011/VIII/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

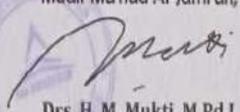
MELA HIKMATUL SABILA

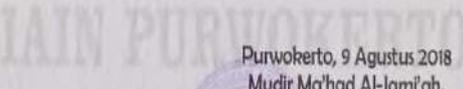
1717202033

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	73
2. Tartil	74
3. Tahfidz	75
4. Imla'	70
5. Praktek	75

NO. SERI: MAJ-G2-2018-184

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 9 Agustus 2018
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002



Lampiran 6: Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



Lampiran 7: Sertifikat KKN



Lampiran 8: Sertifikat PPL



Lampiran 9: Sertifikat PBM



Lampiran 10: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 1571/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/4/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Mela Hikmatul Sabila
NIM : 1717202033
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing Skripsi : Mahardhika Cipta Raharja, SE., M.Si.
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minta Nasabah Terhadap Produk Rencana Tabungan Haji Pada PT Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto

Pada tanggal 10 April 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 12 April 2023
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 11: Surat Keterangan Lulus Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Mella Hikmatul Sabila
NIM : 1717202033
Program Studi : Perbankan Syariah
Tanggal Ujian : Jumat, 26 November 2021
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	17,4
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	26,1
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	43,5
TOTAL NILAI		0 - 100	87 / A

Purwokerto, 26/11/2021

Penguji,



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.S

Lampiran 12: Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2192/Un.19/FEBI.JPS/PP.009/5/2023

Purwokerto, 26 Mei 2023

Lamp. : -

Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Kepada Yth.
Pimpinan Bank Tabungan Negara
Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Mela Hikmatul Sabila
2. NIM : 1717202033
3. Semester / Program Studi : XII / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2022/2023
5. Alamat : Dk.Anggrung kelurahan Batusari Kecamatan Sirampog Kabupaten Brebes
6. Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Rencana Tabungan Haji di Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi Pemasaran
2. Tempat/ Lokasi : BTN Kantor Cabang Pembantu Syariah Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 29 Mei - 25 Juni 2023
4. Metode Penelitian : Wawancara Penelitian dan Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Prodi Perbankan Syariah

Hastin Lili Utami, S.E., M.Si., Ak.
19920613 201801 2 001

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip

Lampiran 13: Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

i. Identitas Diri

1. Nama Lengkap :Mela Hikmatul Sabila
2. NIM :1717202033
3. Jurusan :Ekonomi dan Keuangan Syariah
4. Program Studi :Perbankan Syariah
5. Tempat Tanggal Lahir :Brebes 30 januari 1999
6. No.Hp :082328143121
7. E-mail :hikmatulsabilamela@gmail.com
8. Nama Orang Tua :Tikwo dan Yati Setyaningsih

ii. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. SD/MI,Tahun Lulus : SDN Batusari 02, 2005-2011
- b. SMP/MTS,Tahun Lulus : MTS Ma'arif NU 05 Dawuhan,2011-2014
- c. SMA/SMK,Tahun Lulus:MA AL-Hikmah 2 Benda, Sirampog, 2014-2017
- d. S1, Tahun Lulus :Universitas Islam Negeri Prof. K.HSaifuddin Zuhri
Purwokerto

2. Pendidikan Informal

- a. Pondok Pesantren AL-Hikmah 2 Benda Sirampog Brebes
- b. Pondok Pesantren Modern El-Fira 1 Purwokerto

b. Pengalaman Organisasi

1. PMII Rayon FEBI
2. Islamic Bank In Laboratory (IBIL)
3. Creative Entrepreneur Organization (CEO)
4. DEMA UIN Prof. K.H Saifudin Zuhri
5. KPMDB Komisariat UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

Purwokerto, 19 September 2023



Mela Hikmatul sabila

NIM. 1717202033