

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PELAJAR PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG PEMBANTU TOMONI**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
pada Proram Studi Perbankan Syariah*



Oleh:

FIRDAYANTI

18 0402 0225

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK SIMPANAN
PELAJAR PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR
CABANG PEMBANTU TOMONI**

Skripsi

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO untuk
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
pada Proram Studi Perbankan Syariah*



Oleh:

FIRDAYANTI

18 0402 0225

Pembimbing:

Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Firdayanti
NIM : 18 0402 0225
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 3 September 2022
Yang membuat pernyataan,



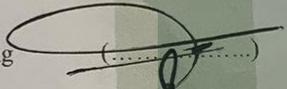
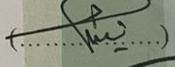
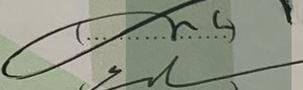
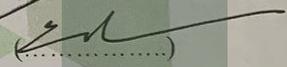
Firdayanti
18 0402 0225

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Strategi Bauran Pemasaran Produk Simpanan Pelajar pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni yang ditulis oleh Firdayanti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0225, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 29 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 5 Jumadil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 30 Desember 2022

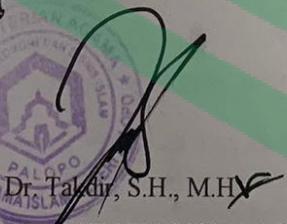
Tim Penguji

1. Dr. Muh Ruslan Abdullah S.El., M.A Ketua Sidang 
2. Hendra Safri, S.E., M.M Sekretaris Sidang 
3. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag Penguji I 
4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M Penguji II 
5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M Pembimbing 

Mengetahui,

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Taldiy, S.H., M.HY
NIP. 19790724 200312 1 002


Hendra Safri, S.E., M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ

أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Simpel pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni” setelah melalui proses yang panjang.

Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw., kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Kedua orangtua yang teramat saya sayangi (Muhaddas & Zunnu Raini).
Terima kasih kepada Mama dan Bapak atas setiap tetes keringat yang jatuh demi membesarkan dan memberikan yang terbaik dan tak hentinya terima kasih yang penulis berikan kepada kedua orang tua atas setiap kebaikan yang

diberikan yang selalu mendukung dan mendo'akan setiap langkah penulis sampai ditahap ini., tak lupa pula terima kasih kepada adik-adik saya (Andri, Alfian, Yusuf, dan Nizam), serta seluruh keluarga terdekat yang selalu memberikan doa yang tulus, semangat dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga menjadi kekuatan bagi penulis dapat berdiri dan sampai dititik ini.

2. Dr. Abdul Piroi, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH., Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor III Dr. Muhaemin, M.A., yang telah memberikan dukungan moril dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama peneliti menjadi mahasiswa di kampus IAIN Palopo.
3. Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. selaku Wakil Dekan I, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan II, dan selaku Dekan III, Ilham S.Ag., M.A., beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis menyelesaikan hasil penelitian.
4. Ketua Prodi Perbankan Syariah Bapak Hendra Safri, S.E., M.M. dan sekretaris Prodi Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc beserta seluruh dosen yang telah memberikan sumbangsi ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh pendidikan di IAIN Palopo.
5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan koreksi, saran, masukan serta memotivasi peneliti selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi.

6. Penguji I Dr.Muhammad Tahmid Nur M.Ag serta penguji II Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M yang senantiasa memberikan kritikan dan masukan yang membangun dalam rangka penyelesaian skripsi.
7. Kepala Perpustakaan Madehang,S.Ag., M.Pd. dan seluruh Staf Perpustakaan yang selama ini telah membantu peneliti dalam memfasilitasi berbagai referensi yang dibutuhkan selama proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
8. Teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah terkhusus kepada teman-teman kelas PBS/A angkatan 18 yang telah berjuang bersama-sama ini.
9. Rekan KKN Jusrianti, Hudzaefa dan Intan yang banyak memberikan saran, masukan serta bantuan dalam proses pembuatan skripsi.

Semoga setiap kebaikan yang diberikan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah Swt. Akhir penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah disisi Allah Swt, Aamiin.

Palopo, 4 September 2022

Penulis



Firdayanti

NIM. 18 0402 0225

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada table berikut:

1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṯ	ṯ	es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gai	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	L	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

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monotong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</i>	U	U

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أى	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
أو	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ

: *Kaifa*

هَوَّلَ

: *Haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ اِ...ي...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
وِ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

مَاتَ

: *māta*

رَمَى

: *ramā*

قِيلَ

: *qīla*

يَمُوتُ

: *yamūtu*

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua, yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd*, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-haqq*
نُعَمُّ : *nu'ima*
عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *و* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berubah alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirt*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila

kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafaz al-Jalālah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ *billāh* دِينِ اللهِ *Dīnullāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t], Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf capital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap

huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadān al-laẓī unzila fīhi al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan, Zaīd Naṣr Ḥāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



SWT	= <i>Subahānahū Wa Ta'ālā</i>
SAW	= <i>Ṣhallallāhu 'Alaihi Wasallam</i>
AS	= <i>'alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
L	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QSĀli 'Imrān/3: 4
HR	= Hadist Riwayat
BSI	= Bank Syariah Indonesia
KBBI	= Kamus Besar Bahasa Indonesia
KCP	= Kantor Cabang Pembantu
STP	= <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>
OJK	= Otoritas Jasa Keuangan
KPJKS	= Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR HADIST	xviii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
DAFTAR ISTILAH	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Mamfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Penelitian terdahulu yang relevan	12
B. Landasan teori	18
1. Pemasaran	18
2. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	19
3. Tabungan Simpanan Pelajar	21
4. Pengertian Strategi.....	22

5. Bank Syariah	23
6. Wadi'ah.....	25
7. Minat Menabung	27
C. Kerangka Fikir	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Fokus Penelitian	31
C. Lokasi Penelitian.....	31
D. Sumber Data.....	31
E. Subjek Informasi Penelitian.....	32
F. Definisi Istilah	33
G. Teknik Pengumpulan Data	33
H. Informasi Keabsahan Data.....	36
I. Teknik Analisis Data	37
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	39
A. Deskripsi Data.....	39
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP	82
A. Simpulan.....	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS. Al-baqarah/2:275	12
---	----



DAFTAR HADIST

Hadist 1 hadist tentang penitipan barang20



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Tomoni.....	36

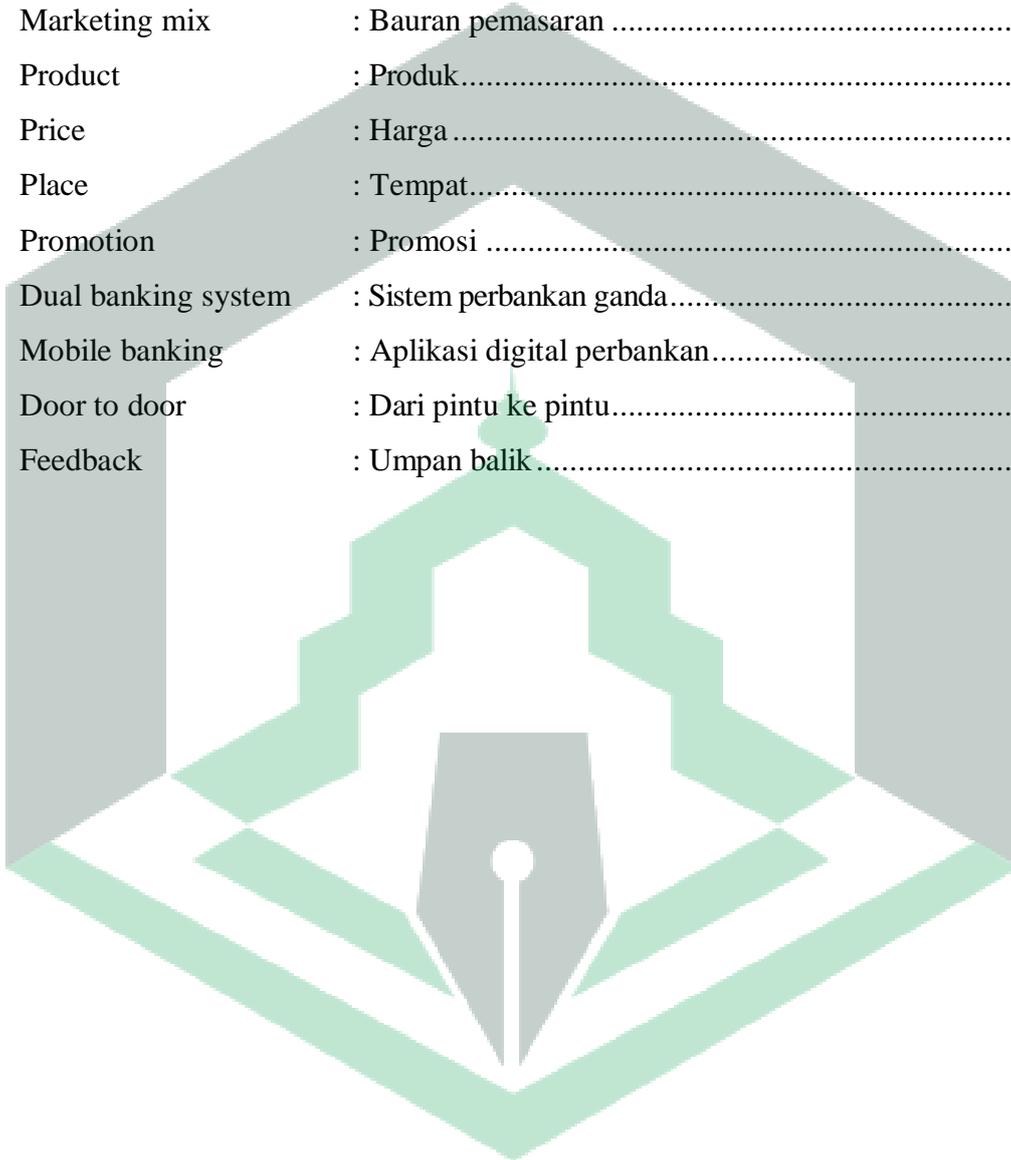


DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 2 Nota Dinas Tim Verifikasi Naskah Skripsi
- Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 4 Halaman Persetujuan Tim Penguji
- Lampiran 5 Nota Dinas Penguji Munaqasyah
- Lampiran 6 Nota Dinas Tim Verifikasi Naskah Skripsi Munaqasyah
- Lampiran 7 Halaman Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 8 Nota Dinas Pembimbing Seminar Hasil
- Lampiran 9 Dokumentasi Hasil Penelitian

DAFTAR ISTILAH

The traditional approach	: Pendekatan tradisional.....	12
Marketing	: Pemasaran.....	13
Marketing mix	: Bauran pemasaran	17
Product	: Produk.....	18
Price	: Harga	18
Place	: Tempat.....	18
Promotion	: Promosi	18
Dual banking system	: Sistem perbankan ganda.....	32
Mobile banking	: Aplikasi digital perbankan.....	42
Door to door	: Dari pintu ke pintu.....	51
Feedback	: Umpan balik	54



ABSTRAK

Firdayanti, 2022. “*Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Edi Indra Setiawan, S.E., M.M

Skripsi ini membahas tentang strategi bauran pemasaran produk tabungan simpel pada Bank BSI KCP Tomoni. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui penerapan strategi produk (*product*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni; Untuk mengetahui penerapan strategi harga (*price*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni; Untuk mengetahui penerapan strategi tempat (*place*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni; Untuk mengetahui penerapan strategi promosi (*promotion*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni; Untuk mengetahui kendala-kendala dalam pemasaran tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menerapkan studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari *funding transaction staff, operational staff, customer service*, serta 2 orang nasabah BSI KCP Tomoni. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni yang diterapkan melalui bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu: Strategi *product* yaitu dengan menerapkan akad wadi'ah tanpa adanya bagi hasil dengan nasabah, menyediakan *mobile banking*, gratis biaya tarik tunai, serta memberikan persyaratan yang mudah bagi calon nasabah. Strategi *price* yaitu menjelaskan kepada nasabah akad yang ingin digunakan serta berapa bagi hasilnya, tabungan simpel pada BSI tidak memiliki potongan, serta tarif dan biaya yang ditetapkan cukup terjangkau bagi pelajar. Strategi *place* yaitu lokasi BSI yang cukup strategis yang berada di jalan utama, dekat pasar dan pusat perbelanjaan, dekat dengan sekolah-sekolah. Strategi *promotion* yaitu melakukan *door to door* dari sekolah-sekolah serta menjadi sponsor pada kegiatan yang ada di sekolah atau pesantren yang melakukan kerjasama dengan BSI KCP Tomoni, memasang iklan di media sosial facebook dan instagram serta memasang spanduk dan sebar brosur. Kendala yang dihadapi BSI KCP Tomoni dalam pemasaran tabungan simpel adalah kurangnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat utamanya orang tua terhadap perbankan syariah, bank belum memperluas sosialisasi produk, serta minat menabung pelajar yang masih sangat kurang.

Kata Kunci: Pemasaran, tabungan simpanan pelajar, *marketing mix* 4P

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank dalam masyarakat dikenal sebagai lembaga jasa keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan menyatakan bahwa: Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah tidak dikenal istilah bunga dalam memberikan jasa kepada penyimpan maupun peminjam.¹

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat muslim terbesar di dunia. Namun kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu pada awal tahun 1990-an. Dalam pelayanannya bank syariah dan konvensional sama-sama menawarkan produk perbankan yang beragam. Akan tetapi bank syariah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga beli produk yang ditawarkan sudah tentu islami.² Perkembangan perbankan syariah di Indonesia belum menuju pada titik yang optimal jika dibandingkan

¹ Dr.Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Cet.19 (Jakarta: Rajawali Persada, 2018),24.

² Dr.Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 16.

dengan pertumbuhan bank konvensional. Salah satu penyebabnya tidak lain adalah pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai keunikan dan keunggulan produk-produk syariah masih sangat minim. Oleh karena itu perbankan syariah dalam hal ini harus mampu melakukan pergerakan kepada masyarakat melalui upaya sosialisasi melalui komunikasi pemasaran yang efektif. Kemampuan dalam mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk membangun kekuatan persaingan dan kemampuan profesional.³ Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Pentingnya pemasaran untuk membangun merek dan basis pelanggan yang loyal, yang merupakan aset tak berwujud dalam membentuk persentase nilai yang besar dari sebuah perusahaan.⁴

Menghadapi era persaingan yang kompetitif dalam dunia perbankan baik antar bank syariah maupun bank konvensional, maka bank secara berkala dan berkesinambungan harus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaingnya secara berkala dengan memantau serta membandingkan produk yang dimiliki dengan produk pesaing baik yang sejenis maupun diversifikasinya. Informasi lain yang perlu pula diperhatikan adalah membandingkan harga yang ditawarkan pesaing kepada pelanggan diberbagai tempat. Masalah harga juga merupakan masalah penting, bagi bank dalam hal ini adalah masalah penentuan margin simpanan baik untuk giro, tabungan, atau deposito serta margin pembiayaan dibandingkan antara margin sesama bank syariah maupun tingkat suku bunga

³ Wilson Arafat, *Manajemen Perbankan Indonesia Teori dan Implementasi*, Cet.1 (Jakarta: Pustaka LPJ3ES Indonesia,2006),281.

⁴ Philip Kotler. Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008),4.

perbankan konvensional. Demikian juga mengenai pembebanan biaya-biaya kepada nasabahnya juga harus memperhatikan yang dilakukan oleh pesaing.⁵

Berdirinya bank BSI pada 1 februari 2021 tentunya menambah lembaga keuangan syariah yang baru di Indonesia yang berperan sebagai fasilitator dalam kegiatan ekonomi industri halal. Bank BSI dalam Menghadapi persaingan untuk memperebutkan nasabah hadir dengan menawarkan produk berkualitas yang setara dengan produk pesaing yakni simpanan pelajar (simpler). Produk simpler tersebut juga merupakan produk yang dimiliki oleh bank konvensional sehingga tabungan simpler yang ada pada bank BSI masih sangat awam dimasyarakat. Adapun lembaga keuangan bank Indonesia yang juga memiliki produk tabungan simpler ini adalah bank BRI, bank BNI, bank Mandiri, bank BTN, dan bank BCA.⁶ Dengan adanya persamaan produk disetiap lembaga keuangan tersebut, maka dalam hal ini bank BSI harus mampu menyusun strategi pemasaran yang efektif agar mampu menghadapi kompetitor .

Bank BSI KCP Tomoni merupakan salah satu bank syariah yang menyediakan produk penghimpun dana dalam bentuk tabungan dengan akad wadi'ah yaitu tabungan simpanan pelajar (simpler). Jenis produk tabungan simpanan pelajar (simpler) yang mampu memudahkan nasabahnya utamanya para siswa dan siswi yang ingin menabung. Tabungan simpler sangat membantu karena mampu mengajarkan para anak-anak dalam perencanaan keuangannya. Budaya

⁵ M Nur Arianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Penerbit Alfabeta,2019),229.

⁶Triyani Widiarti, *Tabungan Simpel IB BSI*, 21 Agustus 2021, <https://www.triyaniwidiari.com/2021/08/tabungan-simpler-ib-bsi.html/> , diakses pada 4 April 2022.

menabung masyarakat Indonesia terbelang cukup rendah bila dibandingkan dengan masyarakat Asia lainnya.⁷ Tercatat pada tahun 2021 jumlah rekening pelajar mencapai 36,27 juta atau sekitar 49% dari total pelajar Indonesia. Secara rinci, dari total 36,27 juta rekening tersebut nilai tabungannya mencapai Rp 26,13 triliun dimana salah satunya simpel dengan nilai Rp 5,43 triliun.⁸ Sedangkan presiden RI terus meminta menteri pendidikan untuk terus mendorong anak-anak sedini mungkin agar dapat berbondong-bondong untuk menabung karena dengan adanya gemar menabung mampu mendorong peningkatan literasi keuangan di Indonesia.⁹

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah saya lakukan pada BSI KCP Tomoni tabungan simpel masih sangat kurang peminatnya jika dibandingkan dengan tabungan junior yang juga diperuntukkan bagi para anak-anak sedangkan jika dilihat dari jumlah biaya yang ditetapkan pada tabungan junior lebih tinggi jika dibandingkan dengan tabungan simpel dimana setoran awal yang ada pada tabungan junior sebesar Rp.100.000 sedangkan pada tabungan simpel hanya Rp.1000 saja seperti yang disampaikan melalui wawancara dengan ibu Indira Baso bahwa *“Jumlah nasabah saat ini masih sangat kurang hanya terhitung puluhan saja sejak adanya BSI ini jika dibandingkan pada saat sebelum merger (BNI Syariah) bahkan jumlah tabungan junior jauh lebih banyak*

⁷ Budianto, Rina Maulina, Nani Verawati, “Gerakan Gemar Menabung untuk Siswa Sekolah Dasar di Kecamatan Meureubo, Aceh Barat.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no.1 (1 Maret,2020):59. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/download/113/2070>

⁸ Kompas.com, *OJK Targetkan 70 Persen Pelajar Punya Rekening Bank di 2021*”, <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/12/07/193140226/ojk-targetkan-70-persen-pelajar-punya-rekening-bank-di-2021>, diakses pada 3 april 2022.

⁹ Anggun Situmorang, *Jokowi Minta Nadiem Makarim Ajak Pelajar Gemar Menabung*, <https://www.merdeka.com/uang/jokowi-minta-nadiem-makarim-ajak-pelajar-gemar-menabung.html>, diakses pada 11 november 2022.

dibandingkan tabungan simpel”.¹⁰ Dari wawancara tersebut dijelaskan bahwa nasabah tabungan simpel menurun semenjak adanya merger yang sebelumnya BNI Syariah jumlah nasabah terdapat ratusan dan setelah merger menjadi BSI jumlah nasabah menjadi puluhan saja sehingga dapat dilihat bahwa BSI KCP Tomoni masih belum mampu mempertahankan nasabahnya setelah adanya merger. Dari wawancara yang saya lakukan salah satu penyebabnya adalah masih kurangnya sosialisasi karena wawancara dengan Ibu Mutia Hardianti bahwa *“Jika dipersentasekan wilayah sosialisasi produk simpel ini masih 60% diseluruh Luwu Timur”*.¹¹

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa kurangnya sosialisasi menjadi salah satu penyebab kurangnya nasabah sedangkan jumlah sekolah yang ada di Luwu Timur sebanyak 286 sekolah dengan total siswa sebanyak 47.462 dan nasabah dari produk simpel pada BSI Tomoni memiliki peminat menabung yang relatif cukup rendah hanya kisaran puluhan saja. Sedangkan jika dilihat dari jumlah pelajar yang ada di Luwu Timur jumlah tersebut dapat menjadi sebuah peluang bagi BSI Tomoni untuk lebih aktif lagi dalam memperluas pemasaran produk simpel tersebut agar dapat menarik minat para pelajar di Luwu Timur. Karena jika BSI mampu menjadikan seluruh pelajar tersebut target untuk menjadi nasabah maka bertambahnya pelajar tersebut dapat pula menambah pendapatan bagi bank.

¹⁰ Indira Baso, *Wawancara*, Customer Service BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

¹¹ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

Dalam menghadapi kondisi tersebut bank seharusnya lebih mampu memperhatikan bagaimana strategi pemasarannya karena keberhasilan suatu perusahaan didasarkan pada keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki.¹² Salah satu unsur yang terdapat dalam suatu strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* merupakan kumpulan variabel yang akan menciptakan suatu kombinasi yang dapat dijadikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen yang dapat memberikan hasil yang optimal. Dalam mengembangkan kebijakan dan kepuasan pemasaran yang efektif, *marketing mix* dapat dikatakan kumpulan komponen yang saling berhubungan dan relevan yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).¹³ Bank BSI Tomoni dibandingkan bank konvensional dalam penerapan harganya sudah cukup sangat membantu keuangan para pelajar mulai dari biaya administrasi, dan biaya-biaya lainnya. Akan tetapi dengan adanya kelebihan dan keunggulan tersebut, masih banyak yang belum mengetahui keberadaan produk simpel karena masih terbilang baru di bank BSI jika dibandingkan dengan produk simpel yang ada pada bank konvensional.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti memilih penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya persaingan antar bank dimana syariah yang hanya ada satu di Luwu Timur dan dihadapkan dengan beberapa bank konvensional sedangkan jumlah pelajar yang ada di Luwu Timur terhitung cukup banyak sehingga memberikan kesempatan bagi BSI Tomoni agar lebih mampu

¹² Arianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 14.

¹³ Nurhadi, *Manajemen Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix) Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.6 No.2, Desember 2019, h.147.

meningkatkan pemasarannya, melihat bahwa penetapan harga yang ada pada tabungan simpel di BSI lebih rendah dibandingkan pada bank konvensional, maka peneliti bermaksud untuk mengkaji tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*) produk tabungan simpel yang dimiliki oleh bank BSI KCP Tomoni sehingga mendukung peneliti untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai **“Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan strategi produk (*product*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni?
2. Bagaimana penerapan strategi harga (*price*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni?
3. Bagaimana penerapan strategi tempat (*place*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni?
4. Bagaimana penerapan strategi promosi (*promotion*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni?
5. Bagaimana kendala dalam pemasaran tabungan simpel pada Bank BSI KCP Tomoni?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan strategi produk (*product*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi harga (*price*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni.
3. Untuk mengetahui penerapan strategi tempat (*place*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni.
4. Untuk mengetahui penerapan strategi promosi (*promotion*) pada tabungan simpanan pelajar pada Bank BSI KCP Tomoni.
5. Untuk mengetahui kendala dalam pemasaran tabungan simpel pada Bank BSI KCP Tomoni.

D. Mamfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur tambahan dan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam mengembangkan penelitian ilmiah sehingga penelitian ini dapat memberikan mamfaat.

2. Secara praktis

- a. Bagi peneliti

Sebagai sarana belajar dan pengembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya dalam meyakinkan nasabah untuk memilih produk yang dipasarkan.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengertian dan pengetahuan kepada masyarakat agar mampu membantu masyarakat dalam memilih produk yang tepat, mudah, dan menambah minat untuk menabung bagi para pihak yang membacanya.

c. Bagi lembaga keuangan syariah

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang positif sebagai masukan kepada lembaga keuangan syariah khususnya bank BSI KCP Tomoni agar lebih mampu mengembangkan strateginya dalam pemasaran produknya agar lebih efektif dan efisien.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- a. BAB I PENDAHULUAN, membahas tentang alasan atau fenomena pemilihan judul untuk penelitian atau dapat juga disebut dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, membahas tentang penelitian terdahulu yang relevan, deskripsi teori, kerangka berfikir.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, membahas tentang jenis penelitian yang digunakan, subjek dan tempat penelitian, definis istilah, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data dan analisis data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, membahas

tentang data-data hasil penelitian secara rinci dan menyeluruh.

- e. BAB V PENUTUP, membahas tentang uraian akhir dari penelitian yang dilakukan. Bab ini terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari penulis.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Sebagai pertimbangan dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu yang pernah peneliti baca sebelumnya. Penelitian terkait strategi pemasaran yang telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya diantaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Judul Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	2019	Bernita putri meilistiya: Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) pada PT	Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini strategi pemasaran tabungan simpanan pelajar pada Bank BRI	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada sasaran strateginya	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah adalah penelitian terdahulu

Bank BRI Syariah KC a yakni menerapkan
 Syariah Kedaton dengan meningkatkan 7P strategi
 Kantor meningkatkan n kerjasama produk,
 Cabang kerjasama dengan strategi price,
 Kedaton¹⁴ dengan berbagai lembaga strategi
 lembaga pendidikan promotion,
 pendidikan. serta dan strategi
 Peneliti melakukan place,
 memfokuskan sosialisasi people,
 strategi untuk physical
 pemasaran yang menarik evidence,
 dilakukan minat dan process
 dengan nasabah. sedangkan
 menerapkan penelitian
 segmenting, sekarang
 targeting, peneliti
 positioning serta berfokus
 bauran pada strategi
 pemasaran atau pemasaran
 marketing mix marketing
 dengan mix 4P yakni

¹⁴ Bernita Putri Meilistiya. IAIN Metro. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. (Metro: Skripsi,2019)

menggunakan product,
 tujuh unsur people, price,
 yakni strategi dan place.

produk, strategi
 price, strategi
 promotion, dan
 strategi place,
 people, physical
 evidence, dan
 process.

2. 2021 Eka yulianti Penelitian ini Penelitian Perbedaan
 hadi putri: memfokuskan terdahulu dan penelitian
 Analisis strategi penelitian terdahulu
 Strategi pemasaran yang sekarang dan
 Pemasaran dilakukan adalah berfokus agar penelitian
 Produk dengan strategi sekarang
 Tabungan menggunakan pemasaran adalah
 Simpanan door to door yang penelitian
 Pelajar MI- serta pemasaran diterapkan terdahulu
 MTS dalam online dan mampu berfokus
 Meningkatkan offline serta menarik untuk
 Literasi edukasi ke minat meningkatkan
 Ekonomi pelajar. Dalam nasabah literasi



Syariah meningkatkan menggunakan keuangan
 (Studi pada literasi keuangan n produk siswa/siswi
 BMT syariah BMT simpel. mengenai
 Istiqomah istiqomah produk
 Karangrejo melakukan tabungan
 dan BMT pendekatan simpanan
 Rizwa kepada guru, dan pelajar
 Manba'ul mengadakan sedangkan
 Ulum program penelitian
 Tulungagung beasiswa, sekarang
 g.¹⁵ undian, santunan berfokus
 anak yatim untuk
 piatu, kaum meningkatka
 duafa. n strategi
 pemasaranny
 a agar
 mampu
 menarik
 minat calon
 nasabah

3. 2020 Nur Jenis penelitian Persamaan Perbedaan

¹⁵ Eka Yulianti Hadi Putri, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton*, (Tulungagung:Skripsi,2021)

listyawati: yang digunakan penelitian penelitian
 Strategi adalah penelitian terdahulu terdahulu
 Pemasaran kualitatif dengan dengan
 Produk deskriptif . sekarang penelitian
 Perbankan Dalam penelitian yaitu terletak sekarang
 Syariah ini peneliti pada tujuan terletak pada
 Terhadap memfokuskan yang ingin sasaran
 Upaya pada strategi dicapai yakni pasarnya
 Peningkatan pemasaran pasar untuk serta
 Nasabah sasaran menarik produknya,
 BNI KCP (targeting), minat penelitian
 Pinrang.¹⁶ posisi pasar nasabah terdahulu
 (positioning), dengan memiliki
 dan bauran strategi sasaran pasar
 pemasaran pemasaranny semua
 (marketing mix) a dengan kalangan
 produk menampilkan masyarakat
 perbankan keunggulan serta produk
 terhadap upaya produknya yang
 peningkatan serta ditawarkan
 nasabah di BNI mengguna adalah semua

¹⁶ Nur Listyawati. IAIN Pare-Pare. *Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah BNI KCP Pinrang*. (Pare-Pare: Skripsi,2020)



KCP Pinrang. n marketing produk

Dalam strategi mix 4P. pembiayaan

pemasaran yang dengan akad

dilakukan oleh murabahah

BNI KCP yang tersedia

Pinrang yang pada bank

menjadi pasar tersebut

sasaran adalah sedangkan

semua kalangan penelitian

masyarakat sekarang

dengan hanya

mengelompokka berfokus

n kedalam pada satu

beberapa produk saja

segmen. yaitu produk

Sedangkan pada tabungan

penentuan posisi simpanan

pasar BNI KCP pelajar

Pinrang adalah (simpl) dan

dengan yang menjadi

menampilkan pasar

mamfaat, dan sasarannya

kelebihan dari yaitu para

produk yang ditawarkan dengan berbagai fitur kemudahan dan pemberian fasilitas. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan BNI KCP Pinrang dalam bauran pemasaran adalah dengan menggunakan 4P yaitu produk (product), harga (price), distribusi/tempat (place), promosi (promotion).

B. Landasan Teori

1. Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya setiap individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.¹⁷ Pemasaran (*marketing*) adalah suatu aktivitas yang bertujuan mencapai sasaran perusahaan, dilakukan dengan cara mengantisipasi kebutuhan pelanggan atau klien serta mengarahkan aliran barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pelanggan atau klien dari produsen.¹⁸ Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.¹⁹

Menurut John Westwood pemasaran adalah sebuah usaha terpadu yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan keuntungan/laba kepada pemasar. Sedangkan menurut Kotler pemasaran adalah aktivitas sosial dan sebuah pengaturan yang dilakukan oleh perorangan ataupun sekelompok orang dengan tujuan untuk mendapatkan jalan untuk membuat produk-produk dan menukarkannya dengan besaran nominal tertentu

¹⁷ Zulkifli Noor, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2010), h.2

¹⁸ Cannon, Perrault, McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 8.

¹⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: PT Indeks, 2018), 19.

kepada pihak lain.²⁰ Sedangkan Sofjan mendefinisikan kegiatan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Adapun konsep pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para saingan.²¹

2. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi agar mendapat tanggapan para pembeli atau konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan tugas/kegiatan pemasarannya. Menurut Sofjan, dalam *marketing mix* terdapat 4 unsur yang menjadi acuan yaitu:²²

a. Strategi produk (*product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar dengan tujuan agar mendapatkan perhatian dari konsumen yang menjadi sasarannya. Strategi produk dalam hal ini adalah dengan menetapkan bagaimana cara agar mampu menyediakan produk yang tepat bagi pasar yang

²⁰ Slamet widodo, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle), *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4, No.1 (1 Januari 2018):85, <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>

²¹ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawwali Pers, 2018), 81.

²² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, 198

dituju. Tujuan utama dari strategi produk adalah untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju dengan meningkatkan kemampuan bersaing dan mengatasi persaingan. Produk tidak hanya dilihat dari wujud fisiknya, tetapi juga mencakup pelayanan, harga, dan lainnya yang diharapkan oleh konsumen agar dapat memenuhi keinginannya. Karena pada hakikatnya, seseorang akan membeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin memiliki produk tersebut tetapi karena produk tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

b. Strategi Harga (*price*)

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Dalam menetapkan harga jual produk, suatu perusahaan harus memperhatikan berbagai pihak, karena tingkat harga tidak terlepas dari daya beli konsumen, reaksi para pesaing, jenis produk, dan elastisitas permintaan serta tingkat keuntungan perusahaan. Penetapan harga ini membutuhkan analisis dan pengkajian tentang harga yang ditetapkan oleh para pesaing sehingga perusahaan harus mampu mempertimbangkan penetapan harga produk yang telah dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini kemungkinan harga yang ditetapkan adalah sama dengan yang ditetapkan oleh para pesaing, atau lebih rendah (murah) atau lebih tinggi (mahal).

c. Saluran distribusi (*place*)

Tempat merupakan suatu mekanisme distribusi yang dipergunakan untuk menyampaikan produk dan titik produksi ke konsumen. Dalam

menentukan pilihan terhadap saluran distribusi yang tersedia, perlu dicari yang efektif untuk dapat membina dan mendekati para pembeli, sehingga produk-produk dapat sampai kepada konsumen dengan efektif.

d. Strategi promosi (*promotion*)

Suatu produk meskipun memiliki mamfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui mamfaatnya bahkan tidak akan dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen agar menciptakan permintaan atas produk itu, kemudian dipelihara dan dikembangkan melalui kegiatan promosi yang merupakan salah satu acuan/bauran pemasaran. Promosi yang dilakukan harus sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik.

Keempat strategi diatas saling mempengaruhi, sehingga semuanya penting sebagai acuan dalam straregi pemasaran yang berfungsi sebagai pedoman yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan agar mampu mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.

3. Tabungan simpanan pelajar

Tabungan simpel untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh bank yang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Pengembangan

Jasa Keuangan Syariah (KPJKS) dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan secara finansial mendukung budaya menabung sejak dini.²³

Sejak kanak-kanak seseorang sudah dianjurkan untuk berhidup hemat dengan cara menabung. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan uang dibawah bantal atau dibawah celengan dan disimpan di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan atau kerusakan.²⁴ Saat pertama kali diperkenalkan ke masyarakat, tabungan simpel diikuti dan didukung oleh delapan bank umum konvensional dan enam bank umum syariah. Bank umum konvensional tersebut diantaranya Bank BNI, Mandiri, BRI, BCA, BTN, Bank Permata, Bank BJB dan Bank Jatim. Sedangkan untuk perbankan syariah diantaranya Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, BNI Syariah (sekarang BSI), BCA Syariah, dan Bank Panin Syariah.²⁵

4. Pengertian strategi

Menurut Stephanie K Marrus, seperti yang dikutip Sukristono, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai²⁶. Menurut

²³ Ruqayyah, Peran Tabungan IB Sempel dalam Perkembangan PT Bank Sumut KCP Syariah Simpang Kayu Besar, *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen (JIKEM)* 2, No.1:831 (2022), <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3254/1087>

²⁴ Dian Aswari Nasution, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Analisis Strategi Pemasaran Simpanan Pelajar (iB) pada Bank Syariah Indonesia KC Gatot Subroto Kota Jambi, (Jambi: Skripsi,2021)

²⁵ Vivi Fathonah, R.Edi Komaruddin, Menumbuhkan Minat Menabung Sejak Dini dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus KKN-DR Sisdamas 2021, *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung* 1, No.46, (Desember 2021), 72, <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/858>

²⁶ Abd. Rahman Rahim, Enny Radjab, *Manajemen Pemasaran*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), h.4.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)²⁷ strategi merupakan siasat perang serta menyusun suatu rencana rencana dalam mencapai sasaran yang diinginkan. Strategi diartikan suatu rencana kegiatan yang menyeluruh yang disusun secara sistematis dan bersifat umum, karena dapat diketahui oleh setiap orang dalam perusahaan maupun diluar perusahaan. Strategi dapat dipandang sebagai suatu alat yang dapat menentukan langkah perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dan mengarah pada upaya menciptakan keunggulan bersaing.

Hill dan Jones meninjau strategi dari dua sisi, yaitu pendekatan tradisional (*the traditional approach*) dan pendekatan modern (*modern*). Pendekatan tradisional dipandang sebagai pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama perusahaan, kebijakan-kebijakan dan tahapan tindakan-tindakan yang mengarah pada keseluruhan yang bersifat kohesif atau saling terkait. Pendekatan baru merupakan suatu strategi dengan pola didalam arus keputusan atau tindakan. Bahkan porter menyatakan bahwa strategi adalah alat penting dalam rangka mencapai keunggulan bersaing.²⁸

5. Bank Syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga serta operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi Saw.²⁹ Terkait

²⁷ Iban Sofyan, *Manajemen Strategi*, Cet 1, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2015), 3

²⁸ AB Susanto, *Manajemen Stratejik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014),5.

²⁹ Zulkifli Rusby, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru Riau:Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR), 1.

dengan definisi bank syariah, ada beberapa pakar yang menjelaskan definisi dari bank syariah:³⁰

a. Menurut Sudarsono, bank syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya didalam lalulintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam.

b. Menurut Perwataatmadja, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan tata caranya didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist.

c. Menurut Scaik, bank syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya.

Pada dasarnya kegiatan utama pada bank syariah adalah dengan diharamkannya riba, dan diperbolehkannya jual beli seperti yang tertera pada Q.S Al-baqarah ayat 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا قُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan

³⁰ Adrianto, Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi teori dan praktik)*, Cetakan pertama, (Surabaya:CV Qiara Media, 2019),25.

riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Berdasarkan atas sumber Al-Qur'an dan Sunnah maka tujuan dari kegiatan bank syariah berdasarkan syariah Islam:

- 1) Menempatkan ibadah kepada Allah Swt lebih dari segalanya. Tujuan utama bank syariah ialah untuk mencari ridho Allah Swt bukan semata-mata untuk mencari keuntungan materil. Melakukan aktivitas bank syariah diniatkan ibadah akan mendapatkan hasil yang lebih dibandingkan niat untuk mendapatkan harta.
- 2) Menjadikan sarana kegiatan bank syariah untuk mendapatkan kesejahteraan hidup.
- 3) Mencapai distribusi dana, konsep kegiatan bank syariah adalah menciptakan distribusi dana dari yang mempunyai kelebihan dana disalurkan kepada yang membutuhkan dana.
- 4) Meraih tujuan perekonomian karena bank syariah dalam kegiatannya mampu memberikan dampak baik terhadap masyarakat dan memberikan kemaslahatan bagi seluruh pelaku kegiatan usaha.³¹

6. Wadi'ah

Menurut musyaiqih wadi'ah diambil dari kata *wada'a*, yang berarti meninggalkan karena sunnah tersebut ditinggalkan kepada orang yang menerima titipan. Di dalam kamus al-Munawwir , wadi'ah memiliki beberapa makna, yaitu meninggalkan, menitipkan harta, mendepositokan uang di bank,

³¹ Hamdi Agustin, Teori bank syariah, *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2, No.1, (April 2021), 77, <https://media.neliti.com/media/publications/341320-teori-bank-syariah-d87e7d7d.pdf>

menyimpan baju, titipan, dan deposito. Sementara itu Muhammad bin Ibrahim al-Tuwaijiri mendefinisikannya wadi'ah adalah harta yang diserahkan kepada orang yang menjaganya tanpa kompensasi, seperti menitipkan kepada orang lain jam, mobil atau uang.³² Pada perbankan syariah wadi'ah adalah akad yang terjadi antara dua pihak, dimana pihak pertama menitipkan suatu barang kepada pihak kedua.³³ Dalam hal ini benda yang telah dititipkan mampu dijaga dengan layak dan apabila ada kerusakan pada benda titipan tidak wajib menggantinya, tapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya maka diwajibkan menggantinya. Sebagaimana Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam bersabda.

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ انْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya: “Tunaikanlah amanah kepada orang yang mengamanahkan kepadamu, dan janganlah kamu mengkhianati orang yang mengkhianatimu”. (HR. Abu Dawud dan Tirmidzi, dishahihkan oleh Syaikh al-Albani dalam *Al Irwaa'* 5/381).³⁴

Berdasarkan jenisnya, wadi'ah terdiri dari wadi'ah yad amanah dan wadi'ah yad dhamamah.

a. Wadi'ah yad amanah

Adalah akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak

³² Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Cet.1, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016),211.

³³ Zainul Arifin, *Memahami Bank Syariah*, Cet.3, (Jakarta; AlvaBet, 2000), 204.

³⁴ Desminar, “Akad wadi'ah dalam perspektif fiqh muamalah”, *Jurnal menara ilmu*.13 No.3, (3 Januari 2019), <https://jurnal.umsb.ac.id/index.php/menarailmu/article/download/1213/1065>.

bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan.

b. Wadi'ah yad dhamamah

Adalah akad penitipan barang atau uang di mana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan titipan dan harus bertanggungjawab terhadap kehilangan atau kerusakan titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang tersebut menjadi hak penerima titipan.³⁵

7. Minat menabung

Menurut Sudirman dalam Mulyana³⁶ minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada seseorang, karena ada kepentingan dengan sesuatu tersebut. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingan dan kebutuhannya sendiri. Adapun beberapa pakar yang menjelaskan definisi dari minat menabung:³⁷

a. Minat menabung oleh Kotler dalam Cahyani diasumsikan sebagai perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan nasabah untuk melakukan pencarian informasi.

³⁵ Totok Budisantoso. Nuritomo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 161.

³⁶ Nurbaiti, Supaino, Diena Fadhillah, Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren di Bank Syariah, *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal) 1*, No.2 (2 Desember 2020):33, <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/193/95>

³⁷ Yulia putri, Ani solihat, Rani Rahmayani, "Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa 16.No.1* (1 Maret 2019):81, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/4532/pdf>

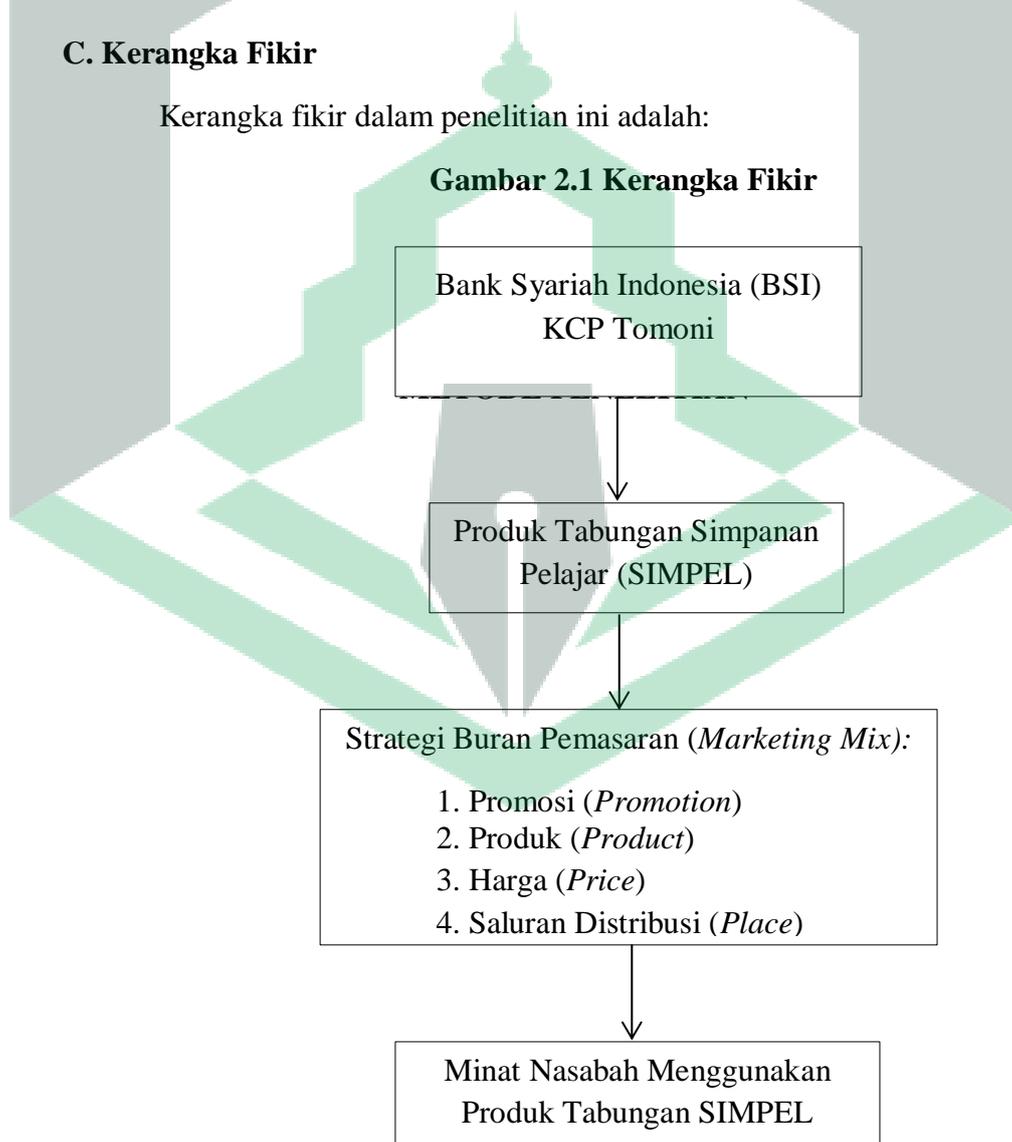
b. Menurut Howard dan Sheth dalam priansa minat menabung merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dikatakan sebagai pernyataan mental dari nasabah untuk pemilihan produk tabungan tertentu.

c. Assael dalam Priansa menyatakan bahwa minat menabung merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih suatu produk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pemilihan untuk tingkat kemungkinan nasabah melakukan penyimpanan.

C. Kerangka Fikir

Kerangka fikir dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2.1 Kerangka Fikir



Bank BSI Tomoni merupakan satu-satunya bank syariah yang ada di Luwu Timur sedangkan di seluruh Luwu Timur terdapat 13 bank konvensional. Dalam persaingannya, bank-bank yang ada di Indonesia terus gencar untuk menawarkan produknya agar dapat meningkatkan nasabah. Tidak terkecuali dengan para pelajar yang ikut menjadi target bank dengan menawarkan tabungan simpanan pelajar yang diterbitkan oleh OJK kepada seluruh bank di Indonesia. Meskipun produk simpel tersebut sama-sama ada pada bank konvensional dan bank BSI, potongan dan biaya-biaya yang diterapkan pada bank konvensional terbilang cukup tinggi bagi pelajar yang menjadi target tabungan tersebut.

Jika dibandingkan dengan bank BSI pemberian potongan dan biaya sudah cukup meringankan para pelajar. Hanya saja nasabah tabungan simpel pada BSI Tomoni masih sangat rendah. Oleh karena itu, BSI Tomoni harus tetap gencar dan berpacu dalam menarik minat nasabah. Dapat dilakukan dengan meningkatkan pemasaran produknya yakni dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P dimana bank harus mampu memperhatikan 4 unsur yaitu produk, harga, tempat, dan promosinya agar tabungan simpel dapat lebih menarik minat para pelajar di Luwu Timur untuk digunakan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menerapkan studi lapangan (*field research*). Penelitian kualitatif dipilih untuk memperoleh secara detail mengenai strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpler) pada BSI KCP Tomoni. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berdasarkan atas fakta yang ada pada objek yang akan diteliti dan realitas dipandang sebagai sesuatu yang kongkrit, dapat diamati dengan panca indera, dapat dikategorikan menurut jenis, bentuk warna, perilaku, tidak berubah, dapat diukur dan diverifikasi.³⁸ Studi lapangan digunakan peneliti untuk mengamati serta berpartisipasi secara langsung dilokasi penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Untuk pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Pendekatan deskriptif adalah jenis pendekatan yang berhubungan dengan upaya menjawab masalah-masalah yang ada sekarang dan memaparkannya berdasarkan data yang ditemukan.³⁹ Dalam penelitian ini penggunaan metode deskriptif yaitu untuk memperoleh gambaran secara utuh dan mendalam mengenai strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (simpler) tersebut apakah mampu menarik calon nasabah.

³⁸ Prof.Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-17, (Bandung: Alfabeta, 2013), 14.

³⁹ Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan (Jenis, metode dan prosedur)*, Cetakan ke-1, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 66.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian membantu peneliti dalam membatasi masalah agar penelitian tidak berubah arah serta sebagai tumpuan bagi fokus masalah yang akan dikaji agar peneliti lebih mudah mengumpulkan data yang dibutuhkan dilapangan.⁴⁰ Fokus penelitian dalam skripsi ini meliputi bagaimana strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*produk,price,place,promotion*) serta bagaimana kendala dalam pemasarannya pada tabungan simpel di bank BSI KCP Tomoni.

C. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni merupakan suatu bank yang terletak di Jalan Trans Sulawesi, Beringin Jaya, Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur, dengan letak geografisnya $2^{\circ}31'09.4''S$ $120^{\circ}48'47.7''E$.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yang dikumpulkan oleh peneliti agar mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu

⁴⁰ Faridah Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books,2014),79.

perilaku atau kejadian, dan hasil pengujian.⁴¹ Dalam penelitian ini sumber dari data primer penelitian ini diperoleh dari tanggapan wawancara dengan informan secara langsung yaitu *operational staff*, *funding transaction staff*, dan *customer service*, serta 2 orang nasabah di BSI KCP Tomoni yang bersangkutan.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik yang terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan dan buku-buku sebagai sumber kepustakaan.⁴² Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber-sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

E. Subjek Informasi Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber atau informan yang menjadi tempat dalam memperoleh keterangan terkait dengan objek yang akan diteliti. Menurut hendarsono dan suyanto subjek informasi penelitian terdiri atas:

1. Informan utama, yaitu mereka yang terlibat secara langsung dalam interaksi sosial yang diteliti yang menjadi sumber data yang dapat memberikan gambaran teknis dan detail terkait masalah yang diteliti. Adapun informan utama dalam penelitian ini adalah Ibu Mutia Hardianti selaku *funding transaction staff* pada Bank BSI KCP Tomoni yang turun langsung melakukan sosialisasi pemasaran tabungan simpel.

⁴¹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Edisi pertama, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2014), 79.

⁴² Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, 79.

2. Informan kunci (*key informan*) yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun informan kunci dalam penelitian ini adalah Ibu Risna Damayanti selaku *operational staff* pada Bank BSI KCP Tomoni serta Ibu Indira Baso selaku *customer service* yang melayani nasabah dalam pembukaan rekening.

3. Informan tambahan, yaitu mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak terlibat langsung dalam interaksi sosial yang dimiliki.⁴³ Adapun yang menjadi informan tambahan pada penelitian ini adalah Bapak Hafidz Manaf Muhajir selaku pimpinan pondok pesantren Al-Muhajirin Margolembo yang melakukan kerja sama dengan bank BSI KCP Tomoni. Informan tambahan selanjutnya adalah Ibu Rusmini Gasari selaku nasabah dan wali kelas murid pada TK Wahdah Tomoni yang menjadi wali bagi para siswa yang menggunakan tabungan simpel pada bank BSI KCP Tomoni.

F. Definisi Istilah

1. Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan.⁴⁴ Dalam hal ini strategi pemasaran dilakukan dengan suatu pendekatan yang dirancang untuk membantu organisasi dalam memusatkan target yang menjadi tujuan utama organisasi agar mampu meningkatkan penjualan produknya.

⁴³ Sandi Hesti Sondak, Faktor-faktor loyalitas pegawai di dinas pendidikan daerah provinsi Sulawesi utara, *Jurnal EMBA* 7 No.1, 674, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/22478/22170>

⁴⁴ Farida yulianti, Lamsah, Periyadi, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan pertama,(Sleman:CV Budi Utama, 2019), 41.

2. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang dipilih. Dalam bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/sistem distribusi, dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuai dengan konsumen yang akan dituju.⁴⁵

3. Tabungan simpel merupakan jenis tabungan yang diterbitkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang diperuntukkan bagi pelajar. Produk tabungan ini merupakan program dari Otoritas Jasa Keuangan dalam rangka literasi dan inklusi keuangan untuk mendorong siswa siswi menabung sejak dini.

4. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasinya sesuai dengan hukum islam karena berlandaskan atas kaidah-kaidah ketentuan islam yang sesuai dengan apa yang telah diajarkan oleh Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma, dan Qiyas serta pada prinsipnya tidak menggunakan sistem bunga.⁴⁶

5. Minat menabung merupakan suatu keinginan yang ada dalam diri seseorang untuk mengambil keputusan dalam memilih suatu produk tabungan yang dirasakan cocok dengan keinginan seseorang tersebut sehingga memiliki keinginan untuk menggunakan produk tabungan tersebut.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dari penelitian ini dengan menggunakan beberapa metode, yaitu:⁴⁷

⁴⁵ Adrianto, Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi teori dan praktik)*,25.

⁴⁶ Isra misra, Ragil, Iqbal fachreza, *Manajemen Perbankan Syariah (konsep dan praktik perbankan syariah di Indonesia)*, Cetakan 1, (Yogyakarta: K-media,2021),32.

⁴⁷ Prof.Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-17, (Bandung: Alfabeta, 2013), 412-422

1. Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Dalam observasi ini peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Observasi yang dilakukan peneliti pada penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung tentang strategi pemasaran tabungan simpel pada bank BSI KCP Tomoni serta observasi kepada nasabah BSI KCP Tomoni.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Esterberg wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 2 metode wawancara yaitu:

- a. Wawancara terstruktur dimana sebelum terjun kelapangan peneliti terlebih dahulu mempersiapkan secara matang wawancara yang akan dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara.
- b. Wawancara tidak terstruktur dimana peneliti melakukan wawancara bebas yang menggunakan satu atau dua pertanyaan yang muncul secara spontan agar peneliti mengetahui lebih mendalam terkait objek yang diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun teknik dokumentasi yang peneliti gunakan yaitu berupa kamera, catatan, serta alat perekaman suara yang akan membantu peneliti dalam mengumpulkan bukti informasi terkait objek yang sedang diteliti.

H. Informasi Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting dalam tahapan penelitian yang mendukung bahwa penelitian yang dilakukan bersifat ilmiah. Agar memperoleh kriteria keabsahan data maka dalam penelitian ini menggunakan:

1. Uji kredibilitas (*credibility*) atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian dalam penelitian kualitatif data dapat dinyatakan kredibel apabila adanya persamaan antara apa yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek tersebut.

2. Triangulasi merupakan kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun interpretatif dari penelitian kualitatif.

a. Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui berbagai sumber yang tersedia, karena data yang sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari sumber yang berbeda.

b. Triangulasi teknik dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan data kepada sumber yang sama, namun dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu dan situasi yang berbeda.⁴⁸

⁴⁸ Arrnild Augina Mekarisce, Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* 12, Edisi 3 (2020):150-151, <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/download/102/71/>.

3. Perpanjangan pengamatan

Instrumen penting dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri. Dengan adanya perpanjangan pengamatan dalam penelitian maka peneliti dapat meningkatkan derajat kepercayaan atas data yang telah dikumpulkan, mampu menguji kebenaran data, serta memiliki kesempatan untuk lebih mengenali konteks dengan lebih baik.

4. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamat merupakan langkah dalam mendapatkan data yang sah dengan menemukan ciri-ciri dalam situasi yang relevan dengan persoalan yang dikaji. Ketekunan dalam penelitian dapat membantu penemuan fokus penelitian untuk mencapai kedalaman data yang dikumpulkan.⁴⁹

I. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh diolah dan dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan langkah-langkah yaitu:⁵⁰

1. Reduksi data

Reduksi data yaitu peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah melakukan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan.

⁴⁹ Faridah Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Books, 2014), 115.

⁵⁰ Prof. Dr. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-13, (Bandung: Alfabeta, 2011), 247-252.

2. Penyajian data

Penyajian data atau *display* yaitu sekumpulan informasi yang membantu peneliti untuk menarik kesimpulan dalam pengambilan tindakan dalam bentuk uraian singkat atau teks yang bersifat naratif.

3. *Konkulusi* dan *Verivikasi*

Konkulusi dan *Verivikasi* yaitu penarikan kesimpulan sementara. Akan tetapi perlu diverivikasi lagi, yaitu apabila kesimpulan sementara tersebut didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten maka kesimpulan itu merupakan kesimpulan yang kredibel.



BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Dalam sebuah deskripsi data pada suatu penelitian kualitatif, peneliti akan memaparkan dengan menggambarkan data yang telah diperoleh dari lapangan melalui teknik wawancara dengan melakukan tanya jawab antar peneliti terhadap narasumber serta teknik observasi yang berupa pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Penelitian tersebut dilaksanakan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk simpel pada bank BSI KCP Tomoni.

1. Gambaran Umum Lokasi

a. Sejarah singkat BSI KCP Tomoni

Lahirnya perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat yang pengoperasiannya diresmikan pada tanggal 1 Mei 1992. Sebelumnya, di Indonesia juga telah berdiri lembaga-lembaga perbankan non bank yang dalam kegiatannya menerapkan sistem syariah. Pemerintah kemudian membuat peraturan untuk pelaksanaan bank syariah melalui UU No.7 tahun 1992 dan kemudian pemerintah serta Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) melakukan penyempurnaan dengan disusunnya UU No.10 Tahun 1998, yang secara tegas menjelaskan bahwa terdapat dua sistem perbankan di Indonesia (*dual banking system*) yaitu sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah.⁵¹

Awal tahun 2021 perbankan syariah Indonesia menjadi perbincangan hangat dikalangan masyarakat Indonesia serta para pengamat ekonomi. Tiga bank syariah

⁵¹ Alif Ulfa, Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7 No.2,(2021):1101, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/26801280>

milik pemerintah, yakni BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, akhirnya melakukan merger menjadi satu kesatuan dan berubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal tersebut disambut dengan positif oleh berbagai pelaku ekonomi di Indonesia.⁵² Direktur utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk dalam laporannya menjelaskan integrasi dan peningkatan nilai bank syariah Himbara dimulai sejak awal maret 2020, dengan memakan waktu selama 11 bulan. Dengan waktu tersebut, segala proses serta seluruh rangkaian seperti penandatanganan akta penggabungan atau merger, penyampaian keterbukaan informasi, dan perolehan izin dari OJK telah berjalan dengan baik dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Berdirinya BSI tidak lepas dari beberapa proses perencanaan.

- 1) Tahun 2016, OJK telah mempersiapkan peta jalan (*roadmap*) sebagai pengembangan keuangan syariah.
- 2) Tahun 2019, OJK mendorong bank syariah dan unit usaha syariah berkonsolidasi atau merger perbankan. Di antaranya adalah PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah, Unit Usaha Syariah, PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
- 3) Tanggal 2 juli 2020, menteri BUMN Erick Thohir berencana untuk menggabungkan bank syariah BUMN yaitu BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.

⁵² Bagus Romadhon, Susantri, Korelasi Merger Tiga Bank Syariah Dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah, *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, Vol.3 No.1 (2021):87, <https://www.ejournal.iai-tribakti.ac.id/index.php/perbankan/article/download/1663/852>

- 4) Oktober 2020, pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger bank syariah dari tiga bank Himbara yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah.
- 5) Tanggal 11 desember 2020, konsolidasi bank syariah Himbara menetapkan nama perusahaan hasil merger menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk.
- 6) Tanggal 27 januari 2021, OJK secara resmi mengeluarkan izin merger usaha tiga bank syariah. Surat itu terbit dengan Nomor SR-3/PB.1/2021.
- 7) Tanggal 1 februari, presiden Joko Widodo meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk untuk beroperasi di Indonesia.⁵³

b. Visi Misi

1) Visi

“Menjadi Top 10 Global Islamic Bank”

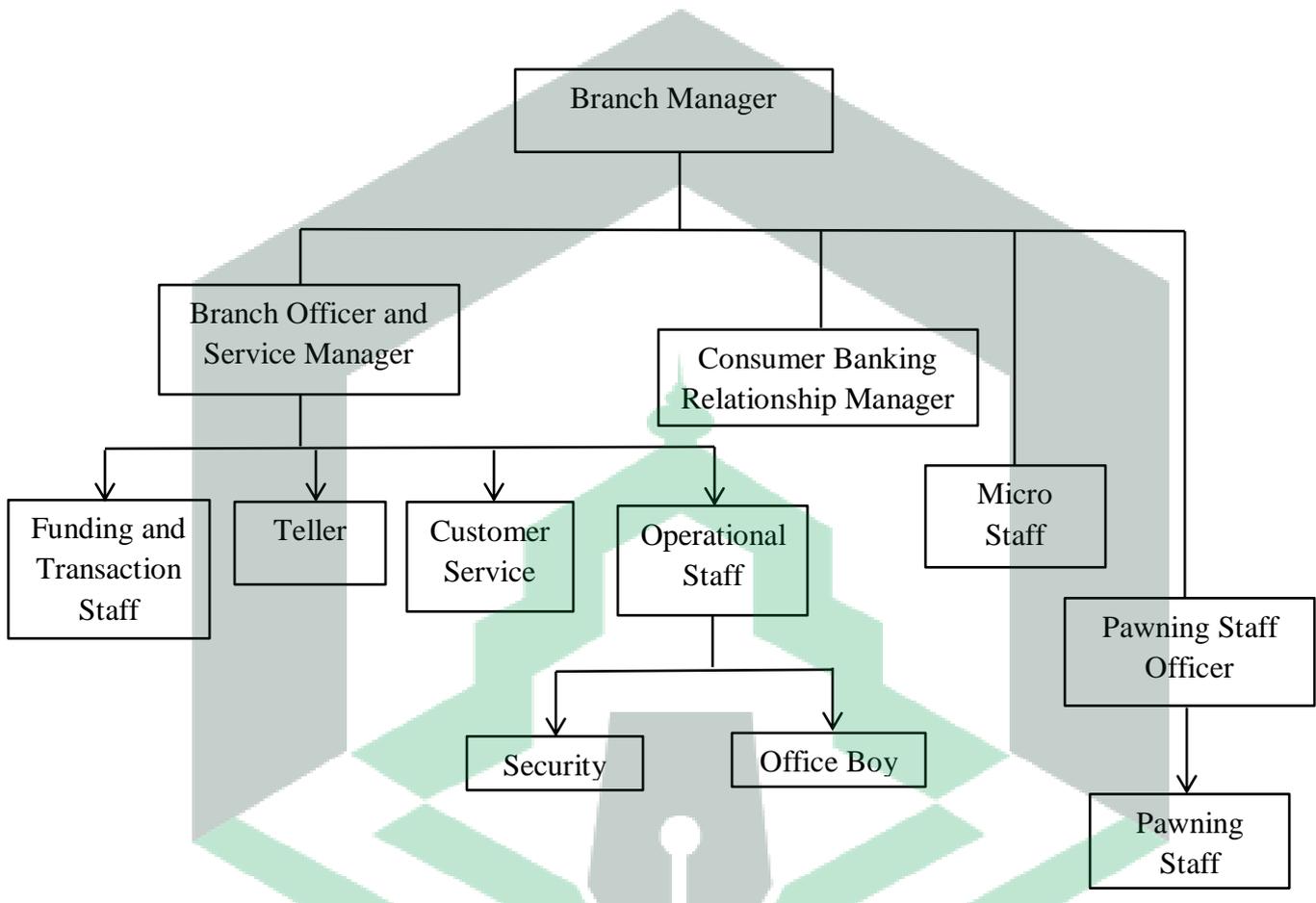
2) Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai kuat dan memberdayakan

⁵³Andreas W. Finaka, *Berdirinya Bank Syariah Indonesia*, <https://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia>, diakses pada 26 juli 2022.

masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

c. Struktur organisasi bank BSI KCP Tomoni



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Tugas dan wewenang:

- 1) *Branch manager* adalah seseorang yang menjadi pimpinan kantor cabang yang memiliki tanggungjawab untuk mengawasi tercapainya segala

kegiatan operasional maupun nonoperasional bank. Tugas dan wewenang yang harus dilaksanakan oleh branch manager:

- a) Memberikan koordinasi dalam bentuk pengawasan terhadap seluruh aktivitas yang dilaksanakan oleh seluruh staff di kantor cabang agar kegiatan operasionalnya dapat lebih efektif dan berjalan dengan lancar.
- b) Mampu mengatur kegiatan pemasaran produk-produk perbankan agar pendapatan yang didapatkan lebih maksimal. Dalam kegiatan tersebut, pimpinan cabang harus bisa menggunakan dana yang seefektif dan seefisien mungkin agar program pemasaran yang direncanakan bisa dijalankan dengan baik.
- c) Melakukan monitoring pada semua kegiatan operasional dalam lingkup kantor cabang yang dipimpinnya tersebut.

2) *Branch Officer and Service Manager*

- a) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- b) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai.

3) *Funding and Transaction Staff*

- a) Mampu mencari nasabah dengan menawarkan produk-produk yang dimiliki suatu perbankan, seperti tabungan, giro dan deposito.
- b) Melakukan promosi dengan sosialisasi maupun menjalin interaksi dengan masyarakat disekitarnya.

- c) Mampu membantu nasabah dalam pembukaan rekening baru serta mengumpulkan dana dari nasabah.
 - d) Mampu menjalin hubungan baik dengan nasabah serta mampu mengajak nasabah untuk melakukan top up.
- 4) Teller
- a) Melakukan transaksi tunai & non-tunai sesuai dengan ketentuan.
 - b) Mengelola saldo kas Teller sesuai limit yang ditentukan.
 - c) Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/uang palsu.
- 5) *Customer service*
- a) Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
 - b) Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito, serta keluhan nasabah dan stock opname kartu ATM.
- 6) *Operational staff*
- a) Mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan nasabah atau calon nasabah dan menganalisis kebutuhan nasabah.
 - b) Membantu memberikan penjelasan tentang produk perbankan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
 - c) Menanggapi keluhan yang diberikan oleh pelanggan dan membantu mereka untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.
- 7) *Consumer banking relationship manager*
- a) Meningkatkan pertumbuhan portofolio pendanaan, pembiayaan, dan fee based pada segmen konsumen.

b) Memastikan tersedianya data dan membuat rencana kerja berdasarkan data calon nasabah dan potensi pasar.

c) Melaksanakan kerja sama dengan pihak ketiga seperti developer, perusahaan, SKPD pemerintah daerah serta instansi lainnya.

8) *Micro staff*

a) Melakukan verifikasi usaha, kelayakan usaha dan penilaian agunan.

b) Melakukan penginputan pada sistem aplikasi financing approval system (FAS) sesuai dengan ketentuan yang berlaku kemudian membuat Nota Analisa Pembiayaan (NAP) melalui sistem FAS atau manual berdasarkan hasil verifikasi dan penilaian agunan.

c) Memastikan dokumen pembiayaan telah dilengkapi sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan checklist yang telah disepakati kemudian menginput data pembiayaan di dalam sistem dengan benar dan akurat setelah itu mencetak dokumen-dokumen pembiayaan.

9) *Pawning staff officer*

a) Memastikan pencapaian target bisnis Gadai Emas BSM yang telah ditetapkan meliputi: pembiayaan gadai dan fee based income gadai baik kuantitatif maupun kualitatif.

b) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

10) *Pawning staff*

a) Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi gadai.

b) Menindaklanjuti permohonan pembiayaan gadai sesuai ketentuan yang berlaku.

11) *Security*

- a) Menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan/kawasan kerjanya.
- b) Melaksanakan pengamanan dan pelayanan terbaik kepada nasabah sesuai dengan standar layanan dan ketentuan yang telah ditetapkan.
- c) Melaksanakan tugas pengawalan uang/ barang berharga/ dokumen penting.

12) *Office boy*

1. Menjaga kebersihan di lingkungan/ kawasan kerja terutama terkait dengan layanan nasabah.
2. Menata perlengkapan dan peralatan kerja untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan pegawai dalam bekerja.
3. Membantu frontliner dalam hal fotokopi dokumen dan yang terkait dengan operasional bank.

2. Keabsahan Data Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan pengujian kredibilitas data dengan melalui beberapa cara dan berbagai waktu, sehingga peneliti menggunakan 3 jenis triangulasi yaitu:

- a. Triangulasi sumber yang peneliti gunakan untuk pengujian kredibilitas data dengan melakukan pengecekan data dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari berbagai sumber yaitu peneliti memperoleh data melalui wawancara dengan informan utama yang memiliki jabatan sebagai *funding transaction* yang bertugas dalam melakukan pemasaran dan menawarkan kerjasama dengan sekolah-sekolah kemudian data yang diperoleh dari informan

utama tersebut dicek kembali dengan memberikan pertanyaan yang sama kepada informan tambahan yang menjadi nasabah dan melakukan kerjasama dengan bank. Penggunaan metode triangulasi ini dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih kredibel.

b. Triangulasi teknik yaitu peneliti menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara pengecekan pada data yang diperoleh dari sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Salah satu contohnya adalah pada teknik ini pada saat peneliti melakukan observasi, peneliti melihat bahwa tidak ada nasabah orang tua pelajar atau pelajar yang datang ke bank sehingga peneliti mewawancarai *customer service* untuk mewawancarai terkait jumlah pelajar yang menjadi nasabah dan dari wawancara tersebut jumlah nasabah dari objek penelitian ditemukan sangat kurang sehingga peneliti kemudian melanjutkan observasi dan wawancara kepada pihak *funding transaction* dan peneliti menemukan bahwa salah satu penyebabnya dikarenakan kurangnya perluasan sosialisasi. Oleh karena itu peneliti menggunakan triangulasi teknik dengan tujuan untuk memperoleh data yang kredibel melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

c. Triangulasi waktu yaitu peneliti menguji kredibilitas data dengan melakukan pengumpulan data dengan waktu yang berbeda-beda. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data pada dua waktu yang berbeda di bank BSI KCP Tomoni yaitu dengan mewawancarai informan pada saat pagi dan siang hari. Karena pada saat pagi hari informan masih segar dan biasanya akan memberikan data yang lebih valid. Oleh karena itu, penggunaan metode ini

peneliti melakukan wawancara pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang lebih kredibel.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan dari beberapa rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini adalah memberikan jawaban terhadap rumusan masalah.

1) Penerapan strategi produk (*product*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Bank dalam melakukan suatu kegiatan usahanya yang berupa jasa, tentunya harus mampu menawarkan dan memberikan produk yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Dengan adanya merger, bank BSI telah menambah produk baru yang diharapkan dapat menambah minat masyarakat khususnya masyarakat muslim di Luwu Timur, seperti halnya yang di sampaikan oleh Ibu Risna Damayanti selaku *operational staff* pada BSI KCP Tomoni bahwa:

“Produk bank syariah sebelum merger sudah bagus dan setelah digabungkan jadi satu menurut saya lebih kuat, lebih bagus, dan lebih berkualitas lagi secara sistem dan jaringan juga pasti lebih besar. Jika melihat kualitas produk sudah pasti sangat berkualitas karena BSI ini mengambil produk-produk terbaik dan unggulan dari masing-masing legesi dan jadi satu di BSI”.⁵⁴

Salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh bank BSI adalah tabungan simpel yang menggunakan akad wadi’ah (titipan). Ibu Risna Damayanti menambahkan bahwa:

⁵⁴ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff Bank BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

“Tabungan simpanan pelajar pada bank bsi ini masuk dalam akad wadiah yang tentunya masyarakat akan lebih senang karena tidak adanya potongan, serta sudah tidak ada biaya admin apalagi jika dibandingkan dengan bank lain yang memiliki potongan. Tentunya hal tersebut akan mampu menarik minat masyarakat utamanya orangtua siswa yang ingin anaknya menabung maka kami sangat sarankan menggunakan tabungan simpel dengan akad wadi’ah. Karena mereka akan sangat menyayangkan jika ada potongan yang diberikan oleh bank lain”.⁵⁵

Berdasarkan penjelasan yang diberikan oleh ibu Risna Damayanti bahwa salah satu produk yang disediakan oleh bank BSI khususnya pada tabungan simpel yang menggunakan akad wadi’ah dengan keunggulan yaitu bebas biaya admin. Karena jika dibandingkan dengan bank lain, tabungan simpel ini sudah seharusnya mampu membantu calon nasabah yang ingin menabung agar lebih mengurangi biayanya utamanya bagi para siswa dan siswi yang masih dibangku sekolah tentunya akan sangat meringankan mereka karena sudah tidak perlu mengeluarkan biaya admin lagi.

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh ibu Mutia Hardianti selaku *Funding Transaction Staff* yang mengatakan bahwa:

“Tabungan simpel ini lebih unggul jika dibandingkan dengan bank lain karena yang pertama yaitu tranksaksinya yang telah hijrah ke perekonomian syariah dan bank bsi ini tidak memberikan biaya-biaya administrasi sama sekali baik itu jika mereka ingin menabung perbulan sebesar Rp.5000 saja, maka tetap tidak akan dikenakan biaya apapun dan real untuk tabungan saja”.⁵⁶

Sebagaimana yang telah disampaikan oleh ibu Mutia Hardianti bahwa keunggulan yang dimiliki oleh tabungan simpel pada bank bsi ini tentunya lebih unggul jika dibandingkan dengan bank lain. Bank bsi dalam tranksaksinya telah

⁵⁵ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff Bank BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

⁵⁶ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

berpindah ke perekonomian syariah yang memiliki peran yang sangat penting bagi laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia oleh karena itu bank bsi menerapkan transaksi yang memudahkan nasabahnya dan tidak memberatkan dalam pengeluaran biaya-biayanya. Selain tidak adanya biaya admin, keunggulan lain dari produk BSI yang dapat dinikmati oleh nasabah yaitu dengan kemudahan dalam transaksinya dimana BSI telah mampu memberikan pelayanan digital dengan disediakannya *mobile banking*. Seperti yang disampaikan oleh ibu Risna

Damayanti:

“Sebenarnya bukan masalah besar jika bank bsi di Kabupaten Luwu Timur ini hanya ada di tomoni saja karena kami sudah bisa mencakup seluruh wilayah di Luwu Timur ini karena dari segi IT kami sudah cukup bagus karena telah disediakannya *BSI Mobile Banking* yang akan sangat membantu dan memudahkan nasabah dalam transaksinya jadi nasabah tidak perlu lagi ke ATM atau bank lagi untuk transfer. Khususnya bagi orangtua yang ingin memantau tabungan bagi anak-anaknya sekarang tidak perlu datang ke bank lagi, cukup menggunakan *mobile banking* saja”.⁵⁷

Menurut ibu Risna Damayanti nasabah sudah tidak perlu khawatir lagi apabila ingin melakukan transaksi perbankan di BSI karena kini bank bsi sudah cukup mampu menghadapi transformasi digital dengan adanya inovasi dalam teknologi IT yang menghadirkan *mobile banking* yang membantu bank dalam melayani nasabahnya melalui *smartphone* serta sebagai jembatan bagi nasabah melakukan seluruh aktivitas keuangannya. Dengan adanya *mobile banking* yang dilengkapi dengan fitur yang lengkap tentunya akan membantu nasabah untuk bertransaksi keuangannya di rumah saja.

⁵⁷ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff Bank BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

Ustadz Hafidz Manaf Muhajir selaku pimpinan pondok pesantren Al-Muhajirin Margolembo yang telah menjadi nasabah bank bsi dan telah bekerja sama dengan bank bsi menyampaikan bahwa:

“Saya secara pribadi sudah memiliki tabungan pada bank bsi bahkan sebelum terjadinya merger. Kemudian pada suatu hari dalam perbincangan kami dengan dewan guru dan manajemen pondok, kami ingin bahwa pondok ini kedepan bergerak dari sistem konvensional menuju ke sistem digital diantaranya adalah sistem keuangan. Di sistem keuangan kami ingin sudah tidak ada lagi transaksi tunai di pondok ini dan kami ingin semuanya menggunakan transaksi digital. Mulai dari tabungan siswa, gaji guru, maupun pembayaran semua transaksi pondok pada rekan-rekanan. Dan akhirnya salah satu keluarga saya mengarahkan saya untuk memilih bsi. Dan benar apa yang disediakan oleh bsi selaras dengan konsep dan gagasan yang ada pada kami yang ingin menggunakan sistem digital agar lebih memudahkan kami dalam seluruh transaksi keuangan kami”.⁵⁸

Pendapat tersebut juga dibenarkan oleh ibu Rusmini Gasari selaku wali kelas pada TK Wahdah Tomoni yang menggunakan tabungan simpel bagi para siswa/siswinya. Beliau mengatakan bahwa:

“Saya selaku nasabah pada bank bsi serta selaku wali kelas yang menggunakan tabungan simpel bagi para siswa siswi saya tentu sangat merasa terbantu dengan adanya *mobile banking*. Bahkan saya tidak pernah menggunakan ATM pada bank bsi karena saya lebih banyak melakukan transaksi dengan *mobile banking* tersebut”.⁵⁹

Berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh kedua informan tersebut, dengan adanya *mobile banking* pada bank BSI tentunya akan lebih mampu menarik minat masyarakat untuk memilih produk pada BSI. Adanya fitur yang telah dirancang tentunya akan sangat membantu para nasabahnya, terutama dalam transfer serta pembayaran. Khususnya pada lembaga pendidikan sehingga mampu

⁵⁸ Hafidz Manaf Muhajir, *Wawancara*, Pimpinan Pondok Pesantren Al-Muhajirin Margolembo, pada Tanggal 9 Agustus 2022.

⁵⁹ Rusmini Gasari, *Wawancara*, Wali Kelas TK Wahdah Tomoni, Tomoni Timur, Pada Tanggal 9 Agustus 2022.

melakukan transaksi kapan saja dengan lebih mudah dan cepat serta tanpa harus ke bank lagi.

Bank BSI dalam strategi produknya juga menggratiskan biaya tarik tunai bagi seluruh pengguna produk di BSI. Seperti yang telah disampaikan oleh ibu Risna Damayanti bahwa:

“Kami dalam menyediakan produk tentunya akan memberikan nasabah kemudahan dalam segala transaksinya utamanya transaksi tunai nasabah. Dalam hal ini kami memfasilitasi nasabah dengan menyediakan kartu ATM dari produk yang berbeda serta memberikan pelayanan tarik tunai gratis agar nasabah merasa puas dengan fasilitas yang telah kami sediakan utamanya bagi para siswa/siswi yang tentunya tidak akan mengurangi saldo mereka dan bagi para nasabah yang biasanya lupa membawa kartu ATM kami juga memberikan kemudahan dengan tarik tunai tanpa kartu di seluruh mesin ATM bsi dan tetap gratis untuk tarik tunainya”.⁶⁰

Berdasarkan penjelasan informan di atas dapat diketahui bahwa bank BSI akan terus gencar dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya sehingga berusaha memberikan fasilitas yang tidak akan membebani nasabahnya khususnya bagi para pelajar yang memilih untuk menabung di BSI karena saldo nasabah tidak akan terpotong saat melakukan penarikan tunai.

Bagi para pelajar tingkat TK sampai SMA yang ingin bergabung untuk menggunakan tabungan simpel, bank BSI memberikan persyaratan yang cukup memudahkan bagi para pelajar seperti yang telah disampaikan oleh ibu Indira Baso selaku *customer service* bank BSI KCP Tomoni bahwa:

“Untuk seluruh pelajar tingkat TK sampai SMA yang mau buka rekening tabungan simpanan pelajar disini kami memberikan persyaratan untuk

⁶⁰ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

pembukaan yaitu yang pertama bahwa anak tersebut merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) yang berstatus sebagai siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI,MTS,MA). Kedua pelajar tersebut berusia dibawah 17 tahun atau yang belum memiliki KTP. Ketiga pelajar tersebut harus menyediakan akta kelahiran atau kartu keluarga yang mencantumkan NIK. Kalau untuk syarat dokumennya itu harus ada surat pernyataan dan persetujuan orang tua/wali. Sedangkan kalau untuk yang bertanda tangan bisa orang tua atau pelajar tersebut. Karena jika anak-anak yang masih pada tingkat TK sampai SD pasti belum tau bagaimana bertanda tangan yang benar jadi kami arahkan untuk orang tua yang bertanda tangan. Sedangkan untuk pelajar dari tingkat SMP sampai SMA tanda tangan pembukaan rekeningnya dapat dilakukan oleh pelajar itu sendiri dan juga untuk setiap siswa itu hanya dibolehkan punya satu rekening simpanan pelajar disetiap bank saja”.⁶¹

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa persyaratan tersebut sudah dapat dilakukan oleh para pelajar dan dapat dipenuhi oleh orang tua siswa, karena persyaratan yang diterapkan sudah sama dengan yang ada pada bank lainnya yang memiliki tabungan simpel.

2) Penerapan strategi harga (*price*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Harga adalah satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja, harga juga aspek yang sangat penting dalam suatu kegiatan pemasaran. Bank yang memberikan pelayanan jasa harus mampu memperhatikan harga produknya karena harga akan menjadi pertimbangan bagi calon nasabah untuk memilih produk yang dipasarkan. Orang tua dan para pelajar dalam memilih tabungan untuk perencanaan keuangannya pasti mencari tabungan yang menguntungkan mereka khususnya pada tabungan yang tidak memiliki banyak pengeluaran biaya

⁶¹ Indira Baso, *Wawancara*, Customer Service BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

agar saldo mereka tidak akan berkurang selama menjadi nasabah. Bank BSI telah memberikan solusi dengan menyediakan tabungan simpel bagi para pelajar agar seluruh pelajar di Indonesia tidak akan terbebani lagi dengan biaya yang akan mereka keluarkan untuk menabung. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Risna Damayanti bahwa:

“Dalam penerapan harga jika dibandingkan dengan bank lain keunggulan BSI yaitu kami tawarkan nasabah produk apa yang ingin mereka gunakan apakah itu titipan atau bagi hasil jadi kami sudah jelas akadnya sesuai syariat islam. Karena jika bank lain itu terserah apakah ada persetujuan nasabah atau tidak mereka akan mengambil saja dana nasabah dan nanti bagi hasilnya akan dilihat sendiri oleh nasabah sedangkan kami di BSI akan kami jelaskan terkait produk apa saja yang ada di BSI serta bagi hasil dan total potongannya pun akan kami jelaskan diawal dan jika ada nasabah yang menggunakan wadi’ah maka tidak ada bagi hasil dan potongan karena dananya itu digunakan dulu oleh pihak bank tapi saldonya tidak akan berkurang”.⁶²

Dalam penerapan dari segi harga Bank BSI KCP Tomoni tidak memberatkan nasabah. Adapun keunggulan lain dari BSI KCP Tomoni adalah sebelum nasabah memilih ingin menggunakan produk yang diinginkan, pihak bank terlebih dahulu memberikan pilihan kepada nasabah ingin menggunakan akad apa dan berapa saja biaya, potongan, dan bagi hasil yang melekat pada produk hingga nasabah benar-benar telah mengerti agar tidak ada yang akan dirugikan nantinya. Untuk tabungan simpel sendiri, BSI tidak mengambil potongan didalamnya dan juga tidak ada bagi hasil sehingga nasabah akan sangat diuntungkan jika memilih tabungan simpel ini. Sama halnya dengan yang telah disampaikan oleh Ibu Rusmini Gasari terkait potongan pada BSI KCP Tomoni bahwa:

⁶² Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

“Pada tabungan simpel untuk anak-anak itukan saya yang pegang bukunya dan saya memang tidak mau menggunakan ATM, kalau untuk potongan sama sekali tidak ada potongan apalagi bagi hasil itu tidak ada, berapa yang kami setor nanti begitu juga jumlah yang kami terima. Jadi memang tidak ada potongan, karena mereka butuh nasabah dan kami juga mau menyimpan uang anak-anak agar aman jadi kami diarahkan untuk menggunakan tabungan simpel itu”.⁶³

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Ustadz Hafidz Manaf Muhajir bahwa:

“Karena tabungan yang ada di kami sekarang itu wadi’ah jadi otomatis itu tidak ada potongan dan tidak ada juga pembagian bagi hasil setahu saya begitu, tapi yah kerjasama dengan BSI ini sangat menguntungkan sekali bagi kami dan memudahkan, dan walaupun ada nilai transaksi bagi hasil menurut kami sudah sesuai”⁶⁴

Berdasarkan penjelasan di atas nasabah benar-benar sangat diuntungkan dengan adanya tabungan simpel ini, selain uang para siswa-siswi aman, saldo mereka juga tidak berkurang. Dengan penerapan harga pada bank BSI tersebut akan menambah kesan positif dari para nasabah serta masyarakat lain akan merasa cocok dengan sistem penetapan harga yang ada pada bank BSI.

Bank dalam menentukan harga produknya harus mampu mempertimbangkan keadaan perekonomian calon nasabah yang membutuhkan produknya. Oleh karena itu BSI KCP Tomoni dalam penentuan harga pada tabungan simpel berusaha memberikan keringanan bagi para nasabah dalam penetapan tarif dan biaya. Adapun wawancara dengan Ibu Indira Baso terkait tarif dan biaya pada tabungan simpel yaitu:

⁶³ Rusmini Gasari, *Wawancara*, Wali Kelas TK Wahdah Tomoni, Tomoni Timur, Pada Tanggal 9 Agustus 2022.

⁶⁴ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

“Strategi penetapan harga pada tabungan simpel di BSI ini menurut saya sangat terjangkau dibandingkan bank lain apalagi kalau untuk para pelajar sendiri karena BSI sudah menetapkan setoran awal dan saldo minimumnya itu cukup Rp.1000, biaya admin tiap bulannya gratis dan jika nasabah mau menggunakan kartu biayanya Rp.2000, sedangkan untuk penutupan rekening Rp.1000 saja. Dan jika nasabah tersebut sudah selesai dan masih ingin melanjutkan menabung maka kami arahkan untuk memilih tabungan apa yang selanjutnya ingin mereka gunakan”.⁶⁵

Berdasarkan atas paparan di atas dapat diketahui bahwa bank BSI dalam penentuan harga pada tabungan simpel sudah cukup rendah jika diberikan untuk pelajar.

3) Penerapan strategi tempat (*place*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Tempat merupakan salah satu kunci keberhasilan bank dalam memasarkan produknya. Pemilihan lokasi yang strategis akan membawa keuntungan yang signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak pada bagian jasa khususnya bank. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat akan keberadaan bank tersebut. Penentuan tempat yang mudah dijangkau dan terlihat akan memudahkan bagi masyarakat untuk mengetahui serta mengamati lokasi tersebut. Bank BSI KCP Tomoni yang terletak di Jl. Trans Sulawesi Desa Beringin Jaya sudah cukup strategis karena berada di pinggir jalanraya sehingga lokasi bank akan mudah dilihat oleh calon nasabah dan aksesnya yang mudah ditempuh melalui kendaraan umum dan kendaraan pribadi. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Mutia Hardianti:

⁶⁵ Indira Baso, *Wawancara*, Customer Service BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

“Menurut saya lokasi disini sudah cukup strategis di Tomoni dikarenakan perekonomian di daerah sini sudah cukup bagus. Kantor kami ini juga dekat dengan pasar, disini juga ada banyak tempat perbelanjaan dan di daerah Tomoni ini setiap harinya selalu ramai. Apalagi jika kami ingin menargetkan pelajar maka disini sudah cukup strategis karena kebanyakan sekolah-sekolah berada disekitar sini utamanya sekolah-sekolah yang berbasis Islami”.⁶⁶

Pendapat tersebut juga didukung oleh Ibu Risna Damayanti yang mengatakan bahwa:

“Jika terkait dengan lokasi menurut saya tergantung dari pasar yang ingin kita geluti itu seperti apa, tetapi jika pasar kita ada pada posisi pembiayaan, dana KUR, UMKM, dan pendidikan saya rasa disini sudah sangat strategis ditambah lokasi BSI Tomoni ini dekat dengan pasar dan pusat perbelanjaan disekitar sini terhitung cukup banyak jadi banyak masyarakat dari luar Tomoni ini yang datang untuk berbelanja, jadi karena lokasi kami berada di jalan utama maka saya rasa masyarakat akan mudah melihat keberadaan lokasi kantor BSI Tomoni ini. Jika dilihat dari masyarakat di Kabupaten Luwu Timur inikan mayoritas muslim jadi cara kita mensosialisasikan ke masyarakat sudah tidak terlalu sulit karena mereka saya rasa sudah paham seperti apa perbankan syariah itu. Apalagi kalau untuk pelajar menurut saya sangat strategis karena setiap daerah pasti sudah ada sekolah dan jika kami menargetkan para pelajar saya rasa mereka akan cukup mudah untuk menjangkau tempat ini”.⁶⁷

Berdasarkan penjelasan dari kedua informan di atas bahwa BSI KCP Tomoni dalam penentuan strategi tempatnya sudah cukup strategis karena lokasi yang mudah dijangkau dengan sarana transportasi dan berada tepat di depan jalan raya, dekat dengan perkantoran, pasar, pusat perbelanjaan yang banyak ditemui disekitar bank, serta berada dekat dengan sekolah-sekolah dan pesantren sehingga memudahkan bank untuk memperkenalkan produk-produknya. Dengan lokasi yang strategis itulah sehingga menjadi keuntungan bagi bank untuk mendekati target pasarnya utamanya tabungan simpel yang sasaran pasarnya menargetkan

⁶⁶ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

⁶⁷ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

para pelajar tentunya akan lebih mudah menjangkau sekolah dan pesantren yang berada dekat dengan bank, serta para nasabah akan semakin mudah menjangkau bank BSI KCP Tomoni.

Selain itu, BSI KCP Tomoni dalam strategi tempat atau distribusi melakukan survei langsung ke lapangan yang telah ditargetkan, seperti sekolah-sekolah, pesantren, serta instansi-instansi lainnya yang menerima produk yang dipasarkan. Seperti penjelasan dari Ibu Mutia Hardianti yang menyampaikan bahwa:

“Sebelum kami melakukan sosialisasi mengenai produk, kami terlebih dahulu melakukan survei kemudian kami mulai bersilaturahmi serta berinteraksi langsung untuk menawarkan produk kami kepada nasabah, sehingga bisa lebih memudahkan kami untuk mendapat respon langsung dari calon nasabah. Kadang juga ada anak sekolah yang jarang keluar sehingga tidak mengetahui keberadaan kantor kami maka dengan melakukan sosialisasi ini sangat membantu kami mengenalkan keberadaan kami sebagai bank syariah yang menawarkan produk berbasis syariah juga”⁶⁸

Meskipun bank memiliki lokasi yang strategis, terkadang masyarakat juga tidak memiliki waktu untuk datang langsung ke bank maka berdasarkan wawancara diatas bank BSI KCP Tomoni dalam strategi tempat atau distribusi melakukan survei langsung ke lapangan yang menjadi target pasar terutama untuk pemasaran tabungan simpel. Apabila pihak sekolah, pesantren dan para pelajar tidak dapat datang ke bank maka pihak bank yang akan datang langsung kelapangan untuk menawarkan produknya agar lebih memudahkan nasabah serta bank bisa mendapatkan respon langsung dari calon nasabah.

⁶⁸ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

4) Penerapan strategi promosi (*promotion*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Disaat suatu produk telah disiapkan, harga telah ditetapkan, dan tempat telah disediakan maka produk tersebut sudah siap dijual untuk ditawarkan kepada konsumen. Agar produk tersebut dapat diminati oleh masyarakat maka mereka harus mengetahui produk tersebut sekaligus mamfaat dari produk yang dimiliki dibandingkan pesaing, harga produk, dan tempat diperolehnya produk tersebut. Adapun cara untuk memperkenalkan serta menawarkan produk kita adalah dengan melakukan promosi. Strategi promosi merupakan sebuah sarana bagi bank dalam menarik serta mempertahankan nasabah. Kegiatan promosi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk suatu lembaga keuangan khususnya BSI KCP Tomoni, dikarenakan semakin ketatnya persaingan antar bank dalam memperebutkan nasabah. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Tomoni berdasarkan wawancara dengan ibu Mutia Hardianti adalah:

“Tabungan simpel inikan tabungan yang dikhususkan untuk anak sekolah jadi target pasar kami itu ke sekolah-sekolah jadi memang fokus untuk pelajar saja. Jadi bagi pelajar-pelajar yang mau menabung sudah bisa di BSI KCP Tomoni ini. Jadi kami melakukan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah, tapi langkah awalnya itu kami silaturahmi dulu dengan kepala sekolah, bendahara sekolah, dan guru-guru, jika kami di beri izin baru kami sampaikan seperti apa gambaran tabungan simpanan pelajar tapi agar pemasaran kami lebih afekfif kami tidak hanya menawarkan produk simpel saja tapi juga produk kami yang lain agar pihak-pihak sekolah juga berminat. Jadi pendekatan kami memperbanyak silaturahmi dengan guru-guru dan apabila mereka sudah memberikan jalan, pasti murid-muridnya sudah mengikut. Sedangkan media promosi kami melalui online itu dengan facebook dan instagram karena sekarang orang-orang sudah banyak yang aktif di media sosial bahkan mereka lebih banyak mendapatkan informasi melalui media sosial. Adapun dalam promosi yang kami lakukan itu kebanyakan pendekatan kami itu dengan silaturahmi atau *door to door* dan menurut saya sendiri

pemasaran yang seperti itu sudah paling efektif karena kami terlebih dahulu melakukan silaturahmi dengan petinggi-petinggi yang ada disini, kepala-kepala dinas, kepala-kepala sekolah, yang bisa berpeluang untuk memberikan kami izin agar mampu bersosialisasi dengan mudah di daerah itu”.⁶⁹

Dari wawancara di atas bank BSI dalam mempromosikan tabungan simpel dengan menerapkan *door to door* yaitu mendatangi sekolah-sekolah yang telah menjadi target pasarnya. Namun sebelum mensosialisasikan produknya, pihak BSI terlebih dahulu melakukan pendekatan dengan para kepala sekolah, pimpinan pondok pesantren, bendahara sekolah, dan para guru-guru agar BSI dapat mengenalkan bagaimana gambaran produknya yang nantinya akan digunakan oleh para pelajar.

Selain melakukan sosialisasi, BSI KCP Tomoni juga melakukan pemasaran melalui media online seperti facebook dan instagram yang saat ini paling banyak digunakan oleh masyarakat. Seperti yang kita ketahui sebelum kita bertamu disuatu tempat tentunya kita harus izin kepada tuan rumahnya terlebih dahulu hal tersebut sama dengan yang dilakukan oleh BSI KCP Tomoni yaitu melakukan pendekatan dengan para petinggi serta ketua-ketua dinaas yang menjadi wilayah target bagi BSI untuk melakukannya. Sedangkan wawancara dengan ibu Risna Damayanti beliau menyampaikan bahwa:

“Cara kami agar nasabah kami meningkat dengan cara sebar brosur ke masyarakat serta ditempat keramaian seperti pasar, pasang spanduk, dan media sosial. Dalam penyebaran brosur kami harus sopan, tidak mungkin dilempar, dalam pemasangan spanduk kami mengutamakan di setiap titik yang menjadi pusat mata masyarakat, serta di media sosial kami

⁶⁹ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

memasang iklan di facebook dan instagram agar produk yang kami pasarkan dapat tertuangkan disitu. Sedangkan untuk strategi promosi yang paling efektif menurut saya semuanya efektif karena kita harus membaca lingkungan terlebih dahulu, contohnya seperti ibu-ibu yang masih sangat awam sekali dengan media sosial seperti facebook dan instagram, jadi mereka dapat melihat brosur. Jadi ada strategi bahwa ada yang golongan sosial media dan ada yang golongan bawah, jadi semua kalangan dapat informasi dari BSI”.⁷⁰

Dari wawancara di atas dapat diketahui promosi lainnya yang digunakan BSI KCP Tomoni untuk dapat lebih meningkatkan nasabahnya yaitu dengan cara sebar brosur karena tidak semua orang aktif di media sosial, serta dengan pemasangan spanduk disuatu titik yang dapat dilihat oleh masyarakat. Dalam melakukan promosi pihak BSI juga harus mampu membaca aktivitas sosial masyarakat, untuk masyarakat yang tidak mengenal sosial media BSI akan mengenalkan produknya melalui brosur sedangkan untuk masyarakat yang lebih banyak aktif di media sosial maka mereka akan mengenal produk-produk yang ditawarkan BSI melalui iklan yang telah dipasang.

Dalam melakukan promosi, *customer service* juga berperan dalam menawarkan produk seperti halnya yang disampaikan oleh ibu Indira Baso bahwa:

“Saya selaku *frontliner* dalam mempromosikan produk harus bisa membaca keadaan, contohnya apabila ada ibu-ibu yang datang untuk menabung dan ibu tersebut memiliki anak maka saya bisa menyarankan ibu tersebut menggunakan tabungan simpel. Selain tugas kami melayani nasabah tentunya kami harus mampu melakukan pendekatan dengan nasabah agar kami mampu memberikan informasi terkait apa saja produk-produk yang dibutuhkan oleh nasabah. Sebelum saya melakukan pendekatan saya sudah seharusnya harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah maupun calon nasabah, dan saya rasa kami seluruh staff yang ada disini memang seharusnya sudah memberikan pelayanan yang baik agar kami lebih mudah mempromosikan produk kami. Dan menurut saya sendiri tabungan simpel ini jika telah dikenali

⁷⁰ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

oleh masyarakat bisa saja peminatnya sudah banyak karena kami tidak mengambil keuntungan dari tabungan ini”.⁷¹

Customer service merupakan orang yang lebih banyak melakukan interaksi dengan nasabah oleh karena itu, selain bertugas melayani dan menangani masalah keuangan nasabah *customer service* pada BSI KCP Tomoni juga mempromosikan produk kepada nasabah yang ditemuinya dengan melihat data-data dari nasabahnya maka CS juga bisa menawarkan produk yang dibutuhkan nasabah tersebut. Selain itu pihak BSI juga harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dan calon nasabahnya agar mampu lebih menarik masyarakat lagi.

Bank BSI KCP Tomoni dalam pemasarannya juga menjelaskan mengenai timbalbalik atau *feedback* yang akan di terima jika telah bekerjasama dengan BSI seperti yang disampaikan Ibu Mutia Hardianti bahwa:

“Apabila ada kerjasama yang telah kami lakukan seperti kerjasama dengan sekolah-sekolah atau pesantren maka *feedback* atau timbal balik yang dapat kami lakukan yaitu dengan mensponsori setiap ada kegiatan-kegiatan yang akan diadakan dengan cara menyediakan apa yang mereka butuhkan contohnya seperti sewa kursinya, meja, ataupun spanduk. Jadi mereka dapat mengajukan proposal kegiatan terlebihdahulu kepada kami kemudian kami akan membicarakan apa yang mereka butuhkan”.⁷²

Pendapat kedua tersebut di dukung oleh pernyataan Ustadz Hafidz yang menyampaikan bahwa:

“Pihak BSI KCP Tomoni yang sudah datang kesini untuk mempromosikan produknya saya rasa sudah sesuai dengan yang kami

⁷¹ Indira Baso, *Wawancara*, Customer Service BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

⁷² Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

harapkan, setiap yang kami pertanyakan itu penjelasannya sudah sesuai dan jelas pada intinya. Untuk produk yang kami butuhkan pun sudah ada di BSI walaupun mungkin juga ada pada bank lain, tetapi yang selama ini bergerak aktif untuk datang ke kami dan menawarkan produk ke BSI yang artinya jika boleh saya sederhanakan inikan simbiosis mutualisme jadi BSI butuh nasabah dan kami juga butuh layanan dari BSI. Beda halnya disaat kami datang ke BNI seolah-olah kami yang butuh sehingga terkadang pihak bank itu acuh tak acuh dan tidak begitu mendukung sehingga keberadaan kami itu kadang dipandang sebelah mata dan hal tersebut kadang membuat saya jengkel, sangat berbeda jika di BSI terus terang saja kami mendapatkan pelayanan yang luar biasa di BSI. Mengenai *feedback* atau timbal balik dari BSI ini kebetulan kami akan mengadakan *event* pada bulan September yang lumayan cukup besar dan kami akan mengajukan proposal pada BSI KCP Tomoni, karena menurut saya sendiri hal tersebut merupakan hak yang bisa kami dapatkan dengan adanya kerjasama antara BSI dengan kami".⁷³

Seperti yang telah dijelaskan oleh CS sebelumnya bahwa BSI KCP Tomoni berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya, hal tersebut dibenarkan oleh ustadz Hafidz yang telah merasakan perbedaan pelayanan pada bank BSI dibandingkan dengan bank lain. Untuk lebih menarik nasabah, BSI juga memberikan *feedback* kepada nasabah sebagai bentuk kerjasama yang tentunya akan memberikan manfaat juga kepada nasabah itu sendiri.

5) Kendala dalam pemasaran tabungan simpel pada Bank BSI KCP Tomoni

Pada saat ini produk tabungan merupakan simpanan bagi masyarakat yang sewaktu-waktu bisa diambil untuk memenuhi kebutuhannya. Tidak terkecuali juga pada anak-anak yang sudah seharusnya untuk memulai menabung sejak dini karena pada saat mereka sekolah bisa saja uang yang mereka tabung dapat mereka gunakan untuk melanjutkan pendidikannya. Oleh karena itu bank BSI menghadirkan tabungan simpel bagi anak-anak pelajar yang ingin menabung

⁷³ Hafidz Manaf Muhajir, *Wawancara*, Pimpinan Pondok Pesantren Al-Muhajirin Margolembo, pada Tanggal 9 Agustus 2022.

karena tabungan simpel akan sangat membantu mereka untuk menghemat pengeluaran keuangannya. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Mutia Hardianti bahwa:

“Mereka sudah belajar menabung sedikit-sedikit karena mereka tidak dibatasi mau menabung berapapun karena kita memang memudahkan siswa-siswi yang mau menabung sampai mereka selesai sekolah”.⁷⁴

Dengan disediakannya tabungan simpel yang dikhususkan bagi pelajar tersebut, bank BSI terus mengusahakan untuk lebih meningkatkan pemasarannya. Namun setiap perusahaan dalam melakukan pemasaran produknya tidak lepas dari kendala-kendala yang dihadapi. Ibu Mutia Hardianti selaku pihak yang memasarkan produk simpel menyampaikan bahwa:

“Sejauh ini kendalanya itu yang pertama karena masih kurangnya pemahaman masyarakat khususnya orang tua mengenai tabungan simpel ini apalagi di sekolah-sekolah biasanya sudah disiapkan koperasi sekolah dan biasanya juga kalau dipesantren santri-santrinya diarahkan menyimpan uangnya di pengurus pondoknya. Kami juga masih belum memperluas silaturahmi dengan sekolah-sekolah yang ada di Luwu Timur dan kendala utamanya itu dari anak-anaknya sendiri yang mungkin masih belum tertarik untuk menabung di bank dan mereka mungkin belum mengetahui bagaimana pentingnya bagi mereka menerapkan budaya menabung sejak dini. Tapi menghadapi hal tersebut kami bank BSI juga perlu melakukan edukasi lagi kepada mereka pentingnya menabung”.⁷⁵

Berdasarkan keterangan dari informan di atas kendala yang dihadapi oleh BSI KCP Tomoni dalam pemasaran tabungan simpel ini adalah orang tua yang masih sangat awam dengan tabungan khusus bagi pelajar yang telah disediakan oleh bank selain itu rata-rata sekolah telah memiliki koperasi penyimpanan uang

⁷⁴ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

⁷⁵ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

untuk murid-muridnya sedangkan dipesantren biasanya telah disediakan bendahara yang menjadi tempat para santri-santri menyimpan uang mereka sehingga orang tua berfokus agar anak-anak mereka menyimpan uangnya di sekolah saja. Hanya saja jelas berbeda jika mereka menyimpan uang mereka disekolah dibandingkan menabung di bank karena bisa saja uang yang mereka simpan di koperasi sekolah akan lebih sering mereka gunakan dan sebaliknya jika menabung di bank maka uangnya akan lebih aman serta mereka dapat membatasi diri untuk menggunakan tabungannya.

Kendala yang dihadapi selanjutnya yaitu BSI KCP Tomoni juga masih belum menjangkau seluruh sekolah yang ada di Luwu Timur adapun kendala utamanya adalah para pelajar itu sendiri yang masih enggan untuk melatih diri mereka menabung sehingga BSI KCP Tomoni akan lebih giat lagi dalam melakukan edukasi kepada seluruh pelajar untuk memulai merencanakan keuangannya sejak di bangku sekolah.

Bank BSI yang merupakan merger dari tiga bank membuat masyarakat menjadi bingung untuk menjadi nasabah di BSI karena bisa dikatakan bahwa setiap masyarakat pasti telah memiliki bank unggulannya sendiri sebelum terjadinya merger. Ibu Risna Damayanti menyampaikan bahwa:

“Karena sebelumnya bank BSI adalah merger sehingga pada awalnya pasti kami sebagai pihak BSI masih sulit untuk mengubah pola pikir mereka bahwa bank BSI ini masih sama dengan bank sebelumnya, apalagi dengan orang yang masih awam pasti akan berpikir bahwa sistemnya akan beda, biayanya akan meningkat dan keluh kesah lainnya.

Tapi dengan adanya kendala tersebut menjadi catatan bagi kami agar kedepannya segala keluhan kesah masyarakat dapat kami tanggungi”.⁷⁶

Berdasarkan penjelasan di atas Bank BSI KCP Tomoni awalnya merasa kesulitan untuk meyakinkan masyarakat agar memilih bank BSI, masyarakat masih awam dengan apa yang dimaksud merger sehingga BSI KCP Tomoni terus mengenalkan produknya di lingkungan masyarakat agar mereka menjadi lebih terbuka dengan adanya keberadaan BSI.

C. Pembahasan

Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan 3 informan yang berkaitan dengan strategi pemasaran simpel pada BSI KCP Tomoni serta 2 informan pendukung lainnya maka dapat diklasifikasikan secara garis besar mengenai bagaimana penerapan strategi produk (*product*) simpel, penerapan strategi harga (*price*), penerapan strategi tempat (*place*), dan penerapan strategi promosi (*promotion*), serta apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh BSI KCP Tomoni dalam pemasaran tabungan simpel.

1. Penerapan strategi produk (*product*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar sasaran. Perusahaan dalam menetapkan strategi produk harus mampu menarik perhatian konsumen serta mampu menyediakan produk yang tepat yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bank BSI KCP Tomoni

⁷⁶ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

menawarkan produk tabungan yang dikhususkan bagi pelajar dengan nama simpel.

Tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni menggunakan akad wadi'ah atau pada BSI dikenal dengan *easy wadi'ah* dengan prinsip wadi'ah yad dhamanah, dimana pengguna tabungan ini tidak akan mendapatkan pembagian keuntungan atau bagi hasil dari bank selaku penyedia layanan. Sehingga menguntungkan nasabah yaitu dana yang disimpan akan terjamin aman oleh bank dan nilainya tidak berkurang serta bank juga tidak akan memberikan potongan kepada nasabah.⁷⁷ Keunggulan lain dari tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni jika dibandingkan dengan bank lain adalah dengan memberikan kemudahan transaksi yaitu gratis biaya tarik tunai bagi nasabahnya yang tentunya sangat menguntungkan bagi para pelajar sebagai nasabah karena dapat melakukan penarikan kapan saja tanpa harus mengkhawatirkan lagi saldo yang keluar dari rekening mereka.

Selain itu agar lebih memudahkan nasabah dalam bertransaksi, BSI menyediakan layanan digital *mobile banking* yang dapat digunakan bagi nasabah pengguna *smartphone* sehingga para pelajar atau orang tua nasabah tabungan simpel dapat terus memantau keuangan anaknya. Dengan disediakan *mobile banking* yang menggunakan layanan internet membuat nasabah lebih praktis dan mudah diakses karena menjangkau keseluruhan pelosok sehingga nasabah dapat menghemat waktu dan biaya tanpa harus kebank lagi untuk

⁷⁷ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

melakukan transaksi, cukup dengan memanfaatkan jaringan internet yang ada.⁷⁸ Salah satu faktor yang menjadikan nasabah memilih menggunakan suatu produk dari bank yaitu persyaratan yang cukup mudah. Dalam hal ini BSI KCP Tomoni memberikan kemudahan bagi calon nasabah yang ingin menggunakan tabungan simpel dengan memberikan syarat dan ketentuan yang mudah.

Hal ini sepadan dengan teori Sofjan Assauri yaitu dalam menerapkan strategi produk, perusahaan harus mampu menetapkan dan menyediakan produk yang tepat bagi pasar sasaran dan memperhatikan kualitas produk karena merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen. Sebab kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu karena sasaran dari tabungan simpel ini adalah para pelajar maka BSI KCP Tomoni menyediakan produk yang diharapkan mampu memuaskan nasabah dengan keunggulan yang dimilikinya. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Syahrizal (2020)⁷⁹ bahwa kualitas suatu produk yang ditawarkan suatu perusahaan berpengaruh terhadap minat nasabah yang artinya semakin baik kualitas produk maka minat menabung nasabah akan lebih meningkat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa tabungan simpel ini menggunakan akad wadi'ah yaitu keuntungan yang diperoleh oleh bank diperoleh dari dana titipan nasabah dan bank dapat mengelola dana tersebut.

⁷⁸ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

⁷⁹ Dani Syahrizal, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Syariah KCP PONOROGO*, (Ponorogo: Skripsi, 2020)

Dalam hal ini peneliti memberikan masukan kepada Bank Syariah Indonesia bahwa dalam penetapan akad pada tabungan simpel pihak bank sebaiknya juga menetapkan akad mudharabah yang sama dengan akad yang ada pada tabungan junior sehingga calon nasabah bebas memilih apakah akan menggunakan akad wadiah atau mudharabah. Di mana pada nasabah yang menggunakan akad mudharabah akan mendapatkan bonus sesuai syarat yang telah ditentukan sehingga dapat merangsang nasabah untuk lebih giat menabung. Sehingga bank dapat berpeluang memperoleh bagi hasil secara terus menerus selama akad masih berlangsung.

2. Penerapan strategi harga (*price*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi suatu organisasi. Namun keputusan mengenai harga dalam kegiatan pemasaran tidak mudah untuk dilakukan. Apabila harga yang ditetapkan terlalu mahal maka akan mengakibatkan suatu perusahaan sulit menjangkau konsumen. Sehingga pada saat yang sama penetapan dan persaingan harga juga merupakan suatu masalah yang akan dihadapi oleh perusahaan.

Sebelum nasabah ingin menabung, pihak BSI KCP Tomoni terlebih dahulu menjelaskan bagaimana akad yang ada pada BSI dan berapa bagi hasil yang akan ditetapkan sehingga akad yang diberikan lebih transparan kepada nasabah agar memudahkan dalam memilih produk apa yang sesuai dengan keinginan mereka. Dalam penerapan harga pada tabungan simpel di BSI KCP Tomoni telah dilakukan sesuai akad dimana bank syariah mengelola dana nasabah dan tidak

mengambil keuntungan bagi hasil serta tidak memberikan potongan kepada nasabah. Hal tersebut merupakan strategi yang dapat menarik minat para pelajar dan orang tua apabila harga yang ditetapkan dianggap memberikan kemudahan serta tidak memberatkan nasabah. Sehingga mampu mendukung BSI KCP Tomoni dalam persaingan penetapan harga yang cukup efektif jika dibandingkan dengan bank kompetitor lainnya yang terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan bank BSI. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan ditemukan bahwa dalam strategi penerapan harga pada tabungan simpel di BSI KCP Tomoni sudah mampu menarik minat nasabah karena potongan yang ditetapkan oleh BSI jika dilihat dari segala aspek jauh lebih unggul dibandingkan dengan bank konvensional sehingga mampu mendukung BSI untuk bersaing dengan bank konvensional yang ada di Luwu Timur.

Hal ini sepadan dengan teori Sofjan Assauri yang menyatakan bahwa dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi secara langsung, adalah setoran awal yang rendah, tidak ada potongan perbulannya, saldo minimum yang rendah, dan biaya lainnya yang meringankan pelajar. Faktor yang tidak langsung, namun berhubungan erat dalam penetapan harga adalah produk simpel yang juga ditawarkan oleh para pesaing seperti bank-bank konvensional lainnya maka dengan adanya pengaruh tersebut, Bank BSI harus memperhatikan dan memperhitungkan faktor-faktor tersebut dalam penentuan kebijakan harga yang akan diterapkan, sehingga nantinya dapat memenuhi harapan bank untuk dapat bersaing dan mempengaruhi nasabah dalam hal ini BSI KCP Tomoni telah

mampu bersaing dengan bank konvensional karena penetapan harga pada produk simpel lebih rendah. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Elva Muyyasaroh (2022)⁸⁰ bahwa semakin rendah harga yang ditetapkan maka akan mampu mempengaruhi pola pikir nasabah sehingga makin banyak nasabah yang memutuskan menggunakan jasa yang ditawarkan.

3. Penerapan strategi distribusi (*place*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Jika membahas tentang lokasi atau tempat untuk pemasaran, tentunya berhubungan dengan dimana lokasi itu berdiri atau berada yang akan menjadi tempat dilakukannya aktifitas diperjual belikan suatu produk. Karena lokasi perusahaan merupakan saluran distribusi yang akan menjadi tempat dalam aktivitas pemasaran agar mampu mendekati para pembeli dan mempermudah perusahaan dalam menyampaikan produk kepada konsumen, maka perusahaan harus memilih lokasi yang tepat dan efektif. Letak lokasi suatu bank menjadi pertimbangan bagi calon nasabah dalam menetapkan pilihannya. Tentu saja lokasi yang strategis serta aksesnya mudah dijangkau menjadi salah satu faktor daya tarik tersendiri untuk dipilih oleh nasabah. Lokasi yang strategi juga akan membantu perusahaan dalam memperlancar dan mempermudah penyampaian produk kepada masyarakat.

Sesuai dengan hasil wawancara dan observasi lokasi BSI KCP Tomoni cukup strategis dan dapat dicari menggunakan *google maps*, berada di pinggir jalan raya sehingga memudahkan untuk dijangkau oleh transportasi baik itu kendaraan

⁸⁰ Elva Muyyasaroh, Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung, (Jember: Skripsi, 2022)

pribadi, kendaraan umum, dan juga ojek sehingga akan memudahkan calon nasabah atau nasabah untuk menjangkaunya. BSI KCP Tomoni juga dekat dengan pasar dan pusat perbelanjaan yang menjadi tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat.⁸¹ Selain itu, juga sangat dekat dengan sekolah bahkan sekolah islam yang menjadi target pemasaran tabungan simpel. Agar lebih meningkatkan jumlah nasabah, BSI KCP Tomoni dalam penawaran produk tabungan simpel juga langsung melakukan survey kepada para pelajar yang terkendala waktu dan biaya untuk datang ke bank sehingga pihak bank mendatangi langsung sekolah-sekolahnya agar para siswa dapat mengetahui secara langsung seperti apa tabungan simpel yang ditawarkan oleh BSI.⁸²

Sepadannya dengan teori Sofjan Assauri dalam penerapan strategi tempat suatu perusahaan harus memiliki saluran distribusi atau tempat yang meliputi kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian setiap produsen dalam menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen hendaknya dapat menyesuaikan pada saat kapan dan dimana produk tersebut dibutuhkan serta oleh siapa saja produk itu dibutuhkan. Melihat lokasi BSI KCP Tomoni setelah dilakukannya observasi dan wawancara, tempat bank sudah cukup strategis dan berada di jalan utama sehingga dapat ditempuh oleh masyarakat dengan mudah selain itu lokasi yang dekat dengan target produk simpel yang merupakan sekolah dan pesantren memudahkan pelajar untuk berkunjung langsung.

⁸¹ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

⁸² Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki Fitha Azha (2022)⁸³ bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan dapat ditemukan dengan mudah berpengaruh terhadap minat menabung siswa karena lokasi yang strategis, dekat dengan tempat tinggal, dekat dengan sekolah mampu mempengaruhi orang tua dan guru disekolah untuk mendaftarkan anak/siswa mereka pada bank tersebut.

4. Penerapan strategi promosi (*promotion*) pada tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Promosi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat dengan mudah mengenal produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada para konsumen agar mereka menjadi tertarik dan membeli produk tersebut. Promosi memiliki peran yang penting dan berpengaruh dalam peningkatan banyaknya penjualan produk karena akan mempercepat pencapaian tujuan strategi pemasaran. Adapun penerapan strategi promosi pada BSI KCP Tomoni yaitu:

a. Door to door

Dalam mempromosikan tabungan simpel pihak BSI KCP Tomoni melakukan *door to door* yaitu dengan mendatangi langsung sekolah-sekolah yang ada di Kabupaten Luwu Timur sehingga pihak bank bisa bersilaturahmi secara langsung dengan pihak sekolah agar memberikan kemudahan untuk menawarkan tabungan simpel kepada para pelajar. Pihak bank juga melakukan silaturahmi dengan beberapa petinggi yang ada di Luwu Timur sebagai bentuk permohonan izin agar diberikan jalan untuk melakukan sosialisasi didaerah dibawah

⁸³ Rizki Fitha Azha, Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Uang Saku pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar di Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Siswa SMA di Banda Aceh, (Banda Aceh: Skripsi,2022)

naungannya. BSI KCP Tomoni dalam pemasarannya juga melakukan kerja sama dengan beberapa pesantren agar BSI KCP Tomoni dapat menjalin kedekatan dengan pihak sekolah dan para pelajar sehingga mampu membangun kepercayaan nasabah agar terjalin hubungan yang erat dan saling membutuhkan dengan adanya kerjasama tersebut, BSI KCP Tomoni juga memberikan timbal balik dengan menjadi sponsor jika ada kegiatan.⁸⁴

b. Media sosial

Pada era digital saat ini, penggunaan internet merupakan suatu hal yang sudah lazim di masyarakat dan hampir setiap orang telah memiliki akun jejaring sosial. Oleh karena itu BSI KCP Tomoni dalam melakukan promosi produknya juga ikut merambah ke jejaring media sosial yaitu dengan cara membuat iklan pada facebook dan instagram yang mampu menarik masyarakat.

c. Brosur dan spanduk

Karena sebagian masyarakat juga masih ada yang kurang aktif di media sosial, maka BSI KCP Tomoni dalam memperkenalkan produknya yaitu dengan menyebarkan brosur kepada masyarakat agar seluruh masyarakat dapat melihat produk-produk yang ada pada BSI KCP Tomoni. Selain itu BSI KCP Tomoni juga memasang spanduk didaerah yang dapat dilihat oleh seluruh masyarakat.⁸⁵

Dari penerapan strategi promosi yang telah diterapkan pada Bank BSI strategi yang paling unggul adalah dengan melakukan *door to door* karena pihak bank melakukan silaturahmi dari sekolah-sekolah sebagai bentuk pendekatan

⁸⁴ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

⁸⁵ Risna Damayanti, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.

untuk dapat melakukan kerjasama agar mempermudah Bank BSI untuk memperkenalkan produknya. Serta berdasarkan wawancara dengan pihak yang melakukan pemasaran, dalam mempromosikan produk kegiatan yang paling efektif adalah dengan melakukan silaturahmi di sekolah-sekolah agar memudahkan pihak bank untuk menganalisis apa yang mereka butuhkan.

Hal tersebut sepadan dengan teori Sofjan Assauri yang menyatakan bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik dapat dilihat bahwa BSI KCP Tomoni dalam strategi promosinya telah berusaha memperkenalkan produknya selain melakukan promosi secara langsung kepada masyarakat juga merambah ke jejaring sosial. Dalam perencanaan promosinya BSI telah mengimplementasikan secara langsung setiap promosi yang telah direncanakan sebelumnya karena salah satu strategi promosi yang dilakukan BSI Tomoni sangat memberikan pengaruh bagi bank untuk meningkatkan nasabah. Sepadan dengan penelitian yang dilakukan oleh Weli Ofni Putri (2020)⁸⁶ yang menyatakan bahwa salah satu unsur *marketing mix* yaitu strategi promosi mampu mempengaruhi minat nasabah secara positif.

5. Kendala-kendala dalam pemasaran tabungan simpel BSI KCP Tomoni

Sebuah perusahaan dalam praktik pemasarannya tidak selalu berjalan dengan lancar, akan selalu ada kendala yang dihadapi. Pada bank BSI KCP

⁸⁶ Weli Ofni Putri, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Fulnadi pada PT Asuransi Takaful Keluarga Lampung Tahun 2015-2017, (Lampung: Skripsi, 2018)

Tomoni kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan simpel yaitu.⁸⁷

- a. Kurangnya pengetahuan masyarakat khususnya orang tua siswa.

Pengetahuan konsumen merupakan suatu komponen yang perlu dipelajari oleh pemasar karena pola perilaku dalam pembelian konsumen dipengaruhi oleh pengetahuan mereka.⁸⁸ Minimnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah mampu mengurangi eksistensi bank syariah karena pengetahuan dan pemahaman masyarakat pada bank syariah tentunya akan mempengaruhi pengetahuan mereka terhadap apa yang mereka ketahui pada bank syariah. Terkhususnya bagi orang tua siswa saat ini masih banyak yang belum tahu bagaimana peran dan fungsi jasa perbankan untuk membantu mengelola keuangan yang mengakibatkan masih banyak orang tua yang belum memahami pentingnya menabung untuk anak mereka, disaat anak sudah duduk dibangku pendidikan pastinya akan terus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit maka tidak ada salahnya jika mengajarkan anak-anak mereka untuk menyiapkan tabungan untuk kebutuhan mereka kedepannya.

Para orang tua lebih banyak mengandalkan anaknya untuk menabung disekolah atau dipesantren tempat mereka sehingga mereka tidak ingin repot lagi untuk menabung ke bank. Banyak bank menyadari bahwa sosialisasi sangat penting karena dapat menarik minat suatu kelompok atau masyarakat umum agar

⁸⁷ Mutia Hardianti, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.

⁸⁸ Rudy Irwansyah et al., *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021),58

menjadi bagian dari suatu program ataupun menggunakan produk yang di sosialisasikan.

Dapat dilihat pada hasil penelitian Nova Dwi Ratna (2021)⁸⁹ yang menyatakan bahwa dengan adanya sosialisasi pada perbankan syariah dapat membantu masyarakat dalam memahami dan mengetahui kegiatan usaha yang ada pada perbankan syariah sehingga dengan adanya sosialisasi tersebut dapat menimbulkan sebuah minat menabung. Karena BSI hanya terdapat satu di Luwu Timur maka penulis memberikan saran kepada BSI KCP Tomoni agar berperan aktif lagi dalam melakukan sosialisasi dengan memprioritaskan daerah kecamatan agar tim *marketing* dapat menjangkau masyarakat disatu wilayah tersebut yang akan membantu masyarakat agar dapat lebih memahami mengenai prinsip, sistem, pelayanan, dan produk-produk yang ada pada BSI. Sehingga dengan adanya sosialisasi tersebut BSI KCP Tomoni dapat lebih mudah menyebarluaskan informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat.

b. Bank belum memperluas sosialisasi produk simpel disekolah-sekolah.

Karena wilayah sosialisasinya adalah seluruh Luwu Timur, sedangkan BSI KCP Tomoni merupakan satu-satunya kantor cabang pembantu yang hanya ada satu di Luwu Timur yang menjadi penghambat bagi bank dalam melakukan pemasarannya hingga ke pelosok daerah sehingga BSI KCP Tomoni belum melakukan sosialisasi ke sekolah secara menyeluruh. Dengan adanya digitalisasi saat ini menggeser para pelajar lebih banyak menggunakan media digital dalam berkomunikasi dan mendapatkan informasi terbaru. Berdasarkan data yang

⁸⁹ Nova Dwi Ratna, *Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi, 2021).

penulis peroleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang mencatat, mayoritas anak usia 5 tahun keatas di Indonesia untuk mengakses internet, persentasenya mencapai 88,99%. Selain media sosial, sebanyak 66,13% anak usia 5 tahun keatas di Indonesia juga mengakses internet untuk mendapat informasi atau berita.⁹⁰ Sejalan dengan itu penulis memberikan saran kepada BSI KCP Tomoni agar lebih mengoptimalkan promosi dengan memanfaatkan media digital dengan tujuan agar masyarakat serta pelajar yang belum mendapatkan sosialisasi disekolahnya dapat dengan mudah mendapatkan informasi produk dari bank melalui media promosi digital.

c. Kurangnya minat menabung sejak dini.

Berdasarkan wawancara dengan ibu mutia salah satu kendala yang dihadapi dalam pemasaran tabungan simpel yaitu terletak pada anak itu sendiri yang belum memahami mamfaat yang akan didapatkan setelah menabung. Telah banyak ditemui bahwa siswa-siswi sekarang lebih banyak yang menghabiskan uang mereka untuk jajan dan membeli permainan yang mereka sukai dan sekarang anak-anak lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk bermain *game* sehingga tidak jarang dari mereka yang menghabiskan uangnya untuk membeli kuota internet. Hal tersebut sudah biasa terjadi sehingga menutup kesadaran untuk menabung sejak dini sebagai bentuk perencanaan keuangannya yang menyebabkan para pelajar masih kurang disiplin menabung.

Penyebab lain yang menjadikan para pelajar saat ini sehingga belum memiliki pemahaman arti penting menabung yaitu kurangnya motivasi serta dukungan dari

⁹⁰ Cindy Mutia Annur, *BPS: 88,99% anak 5 tahun keatas mengakses internet untuk media sosial*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/24/11/bps-8899-anak-5-tahun-keatas-mengakses-internet-untuk-media-sosial>, diakses pada 11 september 2022.

orangtua untuk mengajak anaknya agar belajar mengkalkulasi uang yang mereka pegang agar dapat disihkan dan ditabung seperti yang dijelaskan oleh As Pino Be Kahar (2018)⁹¹ dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa penyebab anak belum membiasakan menabung disebabkan karena orangtua yang enggan dalam memberikan motivasi ataupun dukungan kepada anaknya untuk menabung. Oleh karena itu orangtua berperan penting dalam mengarahkan dan menekankan tentang pentingnya menabung sejak mereka kecil sehingga anak dapat menanamkan pola hidup yang baik untuk masa depan mereka dengan belajar menabung sejak dini yang diajarkan oleh orangtua. Ibu Mutia menjelaskan bahwa dalam menghadapi kendala tersebut BSI KCP Tomoni akan lebih aktif lagi melakukan edukasi kepada pelajar pentingnya menabung sejak dini. Selain itu BSI juga sebaiknya lebih aktif lagi melakukan sosialisasi dan edukasi kepada orang tua dan anak-anak mamfaat yang akan didapatkan setelah menabung.

Di kabupaten Luwu Timur terdapat 286 sekolah dimana jumlah tersebut terbilang cukup banyak sedangkan bank BSI hanya terdapat satu di Luwu Timur hal tersebut menjadi salah satu kendala sehingga BSI KCP Tomoni belum memperluas sosialisasi yang menyebabkan anak-anak belum mendapatkan edukasi serta pemahaman dari BSI bagaimana cara menyalahgunakan uang dan menabung di bank . Dengan jumlah sekolah yang cukup banyak tersebut penulis memberikan saran kepada BSI KCP Tomoni untuk dapat memperkuat lagi kerjasama dengan dinas pendidikan agar dapat membantu mensosialisasikan di

⁹¹ As Pino Be Kahar, Implementasi Pembiasaan Menabung di Sekolah Dalam Membentuk Kepribadian Anak (Studi Kasus Kelas IV-A MI MA'ARIF NGRUPIT JENANGAN PONOROGO), (Ponorogo: Skripsi,2018)

sekolah-sekolah mamfaat menabung dan membantu dalam memperkenalkan produk tabungan anak yaitu simpel yang ada pada BSI KCP Tomoni.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan maka hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi implikasi bagi pihak-pihak terkait. Bagi pihak bank, bahwa bank perlu mengembangkan lagi strategi pemasarannya melihat bahwa bank memiliki peluang yang cukup besar dengan banyaknya jumlah pelajar yang ada di Luwu Timur dengan lebih meningkatkan strategi pemasaran tersebut mampu membawa bank untuk lebih unggul dalam persaingan menarik minat nasabah dengan menjadi bank yang modern tetapi tetap mempertahankan prinsip syariah ditengah gencaran banyaknya bank konvensional. Bagi pemerintah diharapkan dapat mendorong BSI untuk berperan aktif dalam meningkatkan inklusi keuangan syariah dan memberikan mamfaat sosial kepada masyarakat Indonesia melihat Indonesia merupakan Negara dengan mayoritas muslim sehingga dapat menjadi peluang bagi BSI untuk melangkah dari ketertinggalan dengan bank konvensional.

Bagi OJK dapat lebih meningkatkan program-programnya ke seluruh daerah-daerah yang belum dijangkau dengan tujuan agar dapat meningkatkan literasi keuangan dikalangan pelajar untuk membantu membentuk karakter anak Indonesia agar membudayakan menabung sejak dini untuk meningkatkan inklusi keuangan yang merupakan bagian penting dalam upaya pemulihan ekonomi dan pemerataan pendapatan. Bagi masyarakat diharapkan mampu membantu perbankan syariah untuk lebih mengembangkan produk jasa keuangannya di Indonesia dapat dilakukan dengan mmendedikasikan waktu untuk belajar

keuangan syariah, memperbanyak diskusi dengan masyarakat sekitar yang memahami perbankan syariah, serta dapat melakukan konsultasi keuangannya dengan pihak bank syariah.

Setelah dilakukannya penelitian, dalam penelitian ini masih memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai peluang bagi kajian peneliti selanjutnya. Adapun keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini adalah peneliti tidak dapat memperoleh data jumlah nasabah tabungan simpel karena bersifat rahasia. Jumlah informan yang terbatas, karena keberadaan para staff yang lebih banyak aktif di lapangan dan yang bertugas untuk aktif memasarkan produk simpel terbatas, membuat peneliti tidak dapat menggali lebih dalam lagi informasi terkait pemasaran simpel pada informan lainnya. Adanya kendala dalam strategi pemasarannya membuat peneliti tidak dapat mendeskripsikan lebih lanjut terkait penanganan yang akan dilakukan bank karena peneliti dibatasi oleh wawancara yang harus berfokus pada pada salah satu informan yang menangani pemasaran tabungan simpel. Karena identitas pelajar yang menjadi nasabah tidak dipublikasikan sehingga peneliti tidak dapat melakukan wawancara yang lebih luas lagi kepada nasabah dan orang tua pelajar tersebut mengenai pendapat mereka menjadi salah satu nasabah tabungan simpel.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dengan judul Strategi Pemasaran Tabungan Simpel pada BSI Kantor Cabang Pembantu Tomoni, maka pembahasan penulis dapat menyimpulkan yaitu:

1. Penerapan strategi produk (*product*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni menetapkan akad wadi'ah dengan prinsip wadi'ah yad dhamanah dimana pada akad ini BSI akan memberikan kemudahan kepada para nasabah karena bebas dari bagi hasil sehingga akan menguntungkan nasabah. Selain itu BSI juga memberikan kemudahan transaksi dari rumah tanpa harus ke bank lagi dengan menyediakan *mobile banking* sehingga para pelajar terutama orang tua dapat terus memantau perkembangan tabungan anaknya melalui aplikasi tersebut. BSI KCP Tomoni juga menggratiskan nasabah dalam melakukan transaksi tarik tunai sehingga nasabah utamanya pelajar dapat melakukan tarik tunai kapanpun dengan gratis. Dan bagi calon nasabah yang ingin menggunakan tabungan simpel, pihak BSI tentunya memberikan persyaratan yang mudah.
2. Penerapan strategi harga (*price*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni telah sesuai dengan akad dimana pihak bank tidak mengambil keuntungan bagi hasil kepada nasabah dan tidak ada potongan perbulannya sehingga nasabah tidak akan terjerat bunga bank. Sedangkan untuk biaya lainnya BSI

memberikan keringanan yang terbilang cukup rendah bagi pelajar jika dibandingkan bank kompetitor lainnya.

3. Penerapan strategi tempat (*place*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni yaitu lokasinya sudah cukup strategis karena berada di jalan utama yang tepat di depan jalan raya sehingga mudah ditempuh dengan kendaraan apapun, dekat dengan sekolah-sekolah, pasar, serta pusat perbelanjaan. Sedangkan bagi pelajar disekitar bank yang terkendala waktu dan biaya sehingga belum mengetahui adanya tabungan simpel ini maka pihak BSI KCP Tomoni melakukan sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah mereka.
4. Penerapan strategi promosi (*promotion*) tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni pada awalnya mendatangi para ketua instansi yang ada pada Kabupaten Luwu Timur agar dipermudah melakukan sosialisasi kemudian BSI KCP Tomoni melakukan *door to door* yaitu mendatangi sekolah-sekolah untuk melakukan pendekatan dengan para pihak-pihak sekolah kemudian kepada para siswa-siswinya untuk memperkenalkan tabungan simpel. BSI KCP Tomoni juga melakukan promosi dengan sebar brosur dan pemasangan spanduk serta aktif di sosial media dengan memasang iklan pada facebook dan instagram.
5. Kendala-kendala dalam pemasaran tabungan simpel pada BSI KCP Tomoni dimana bank menghadapi kendala yakni kurangnya pemahaman masyarakat khususnya bagi orang tua yang masih sangat awam dengan tabungan yang ada pada BSI. Selain itu pihak BSI KCP Tomoni juga belum memperluas sosialisasinya kepada para pelajar di Luwu Timur serta kendala utamanya

terletak pada pelajar itu sendiri yang masih belum menanamkan pentingnya menabung sejak dini sehingga pihak BSI akan terus melakukan edukasi kepada pelajar.

B. Saran

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya, penulis memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi BSI KCP Tomoni diharapkan lebih mampu meningkatkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif dalam mempromosikan produk melalui media sosial agar lebih aktif lagi dalam memperkenalkan produknya serta hendaknya memperluas lagi sosialisasi dan edukasi kepada para pelajar yang ada di sekolah-sekolah di Kabupaten Luwu Timur dan meningkatkan pemahaman bagi masyarakat serta para orang tua pentingnya perencanaan keuangan sejak dini pada anak.
2. Kepada institusi pendidikan diharapkan dapat memberikan motivasi kepada para pelajar untuk menumbuhkan kesadaran pentingnya menabung sejak dini agar anak-anak lebih antusias untuk menabung.
3. Kepada peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan landasan awal sebagai penelitian lanjutan agar aspek penelitian yang dilakukan lebih luas dan lebih terperinci yang belum pernah dilakukan.

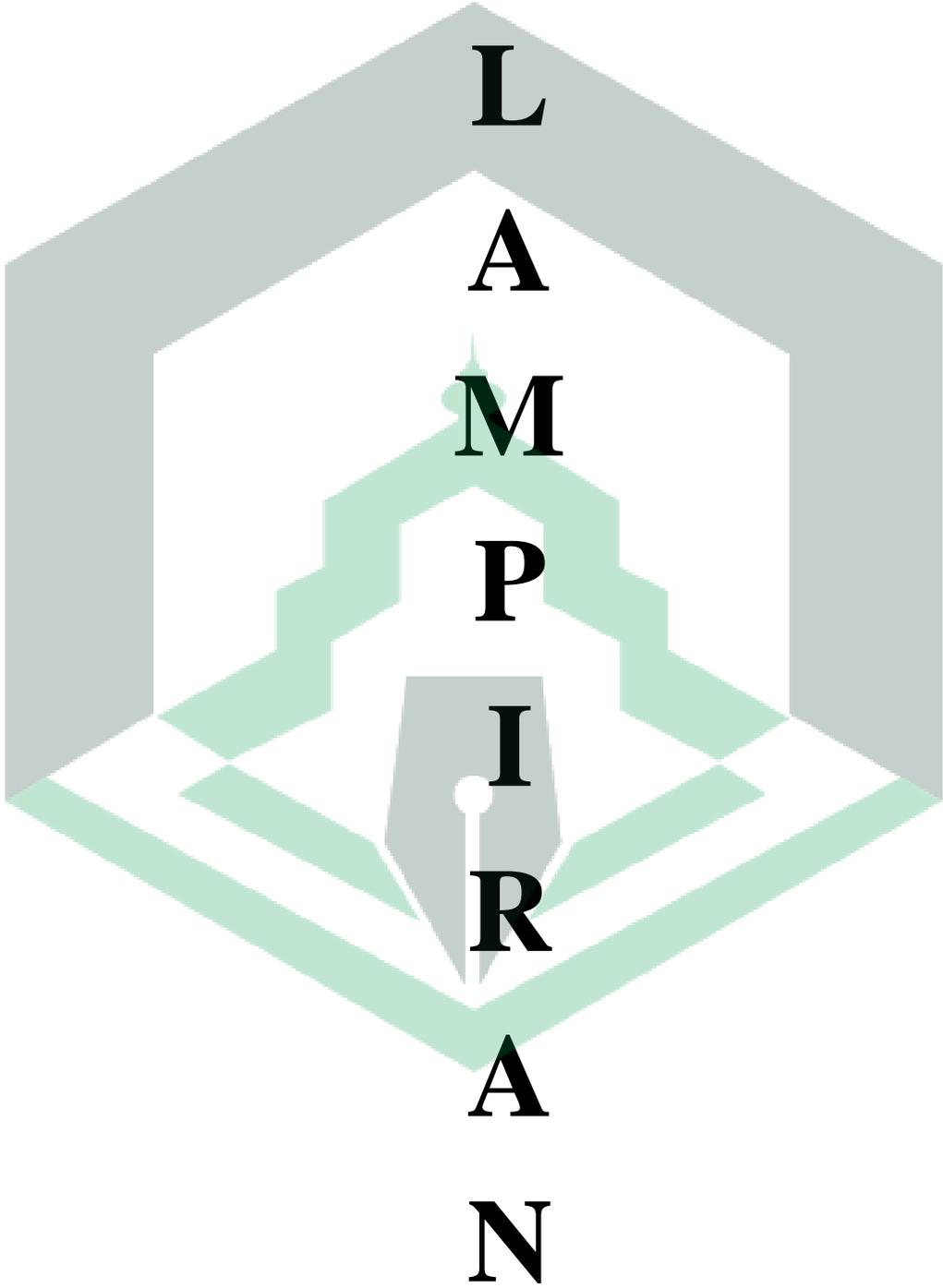
DAFTAR PUSTAKA

- AB Susanto, *Manajemen Strategik Komprehensif*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014),5.
- Adrianto, Anang Firmansyah, *Manajemen Bank Syariah (Implementasi teori dan praktik)*, Cetakan pertama, (Surabaya:CV Qiara Media, 2019),25.
- Agustin Hamdi, Teori bank syariah, *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)* 2,No.1,(April 2021), 77, <https://media.neliti.com/media/publications/341320-teori-bank-syariah-d87e7d7d.pdf>
- Annur Cindy Mutia , BPS: 88,99% anak 5 tahun keatas mengakses internet untuk media sosial, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/24/11/bps-8899-anak-5-tahun-ke-atas-mengakses-internet-untuk-media-sosial>, diakses pada 11 september 2022.
- Arafat Wilson, *Manajemen Perbankan Indonesia Teori dan Implementasi*, (Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia, 2006),244.
- Arafat Wilson, *Manajemen Perbankan Indonesia Teori dan Implementasi*, Cet.1 (Jakarta: Pustaka LPJ3ES Indonesia,2006),281.
- Arif, Sukuryadi, Fatimaturrahmi, Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajar di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMPN 1 Praya Barat, *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan* 1, No.2,(November 2017), 111, <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/184/175>.
- Arifin Zainul, *Memahami Bank Syariah*, Cet.3, (Jakarta; AlvaBet, 2000), 204.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 81.
- Azha, Rizki Fitha, Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Uang Saku pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar di Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Menabung Siswa SMA di Banda Aceh, (Banda Aceh: Skripsi,2022)
- Baso, Indira, *Wawancara*, Customer Service BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.
- Budianto, Rina Maulina, Nani Verawati, “Gerakan Gemar Menabung untuk Siswa Sekolah Dasar di Kecamatan meureubo, Aceh Barat.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no.1 (1 Maret,2020):59. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/dinamisia/article/download/113/2070>

- Budisantoso Totok. Nuritomo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 161.
- Cannon. Perrault. McCarthy, *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global*, Edisi 16, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 8.
- Damayanti, Risna, *Wawancara*, Operational Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 8 Agustus 2022.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY, *Ekonomi dan Bisnis Islam*, Cet.1, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016),211.
- Dr.Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Cet.19 (Jakarta: Rajawali Persada, 2018),24.
- Fathonah Vivi, Komaruddin R.Edi, Menumbuhkan Minat Menabung Sejak Dini dalam Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus KKN-DR Sisdamas 2021, *Proceedings UIN Sunan Gunung Djati Bandung 1*, No.46, (Desember 2021), 72, <https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/proceedings/article/view/858>
- Gasari, Rusmini, *Wawancara*, Wali Kelas TK Wahdah Tomoni, Tomoni Timur, Pada Tanggal 9 Agustus 2022.
- Hardianti, Mutia, *Wawancara*, Funding Transaction Staff BSI KCP Tomoni, pada Tanggal 5 Agustus 2022.
- Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, Edisi 1 Cet.4, (Jakarta: Prenamedia Group,2010),67.
- Isra misra, Ragil, Iqbal fachreza, *Manajemen Perbankan Syariah (konsep dan praktik perbankan syariah di Indonesia)*, Cetakan 1, (Yogyakarta: K-media,2021),32.
- Kahar, As Pino Be, Implementasi Pembiasaan Menabung di Sekolah Dalam Membentuk Kepribadian Anak (Studi Kasus Kelas IV-A MI MA'ARIF NGRUPIT JENANGAN PONOROGO), (Ponorogo: Skripsi,2018)
- Kompas.com, *OJK Targetkan 70 Persen Pelajar Punya Rekening Bank di 2021*", <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/money/read/2020/12/07/193140226/ojk-targetkan-70-persen-pelajar-punya-rekening-bank-di-2021>, diakses pada 3 april 2022.
- Kotler Philip, *According to Kotler*, Edisi I (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 2006),64.
- Kotler Philip. Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008),4.

- Kotler Philip, Lane Keller, Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta:PT Indeks, 2018), 19
- Listyawati Nur. IAIN Pare-Pare. Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah BNI KCP Pinrang. (Pare-Pare: Skripsi,2020)
- M Nur Arianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Penerbit Alfabeta,2019),229.
- Mekarisce Arnild Augina, Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* 12, Edisi 3 (2020):150-151, <https://jikm.upnvj.ac.id/index.php/home/article/download/102/71/>
- Muhajir Hafidz Manaf, *Wawancara*, Pimpinan Pondok Pesantren Al-Muhajirin Margolembo, pada Tanggal 9 Agustus 2022.
- Muyyasaroh Elva, *Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Minat Nasabah Pembiayaan Pensiunan di Bank Syariah Indonesia KCP Jember Balung*, (Jember: Skripsi, 2022)
- Nasution Aswari, Dian, UIN Sulthan Thaha Saifuddin, Analisis Strategi Pemasaran Simpanan Pelajar (iB) pada Bank Syariah Indonesia KC Gatot Subroto Kota Jambi, (Jambi: Skripsi,2021)
- Nugrahani Faridah, Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa, (Solo: Cakra Books,2014),115.
- Nurbaiti, Supaino, Diena Fadhillah, Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pesantren di Bank Syariah, *Jurnal Bilal (Bisnis Ekonomi Halal)* 1, No.2 (2 Desember 2020):33, <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/193/95>
- Prof.Dr.Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cetakan ke-13, (Bandung:Alfabeta, 2011), 247-252.
- Prof.Dr.Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke-17, (Bandung: Alfabeta, 2013), 412-422
- Purhantara Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Edisi pertama, (Yogyakarta: Graha ilmu,2014), 79.
- Putri Yulia, Ani solihat, Rani Rahmayani, "Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa* 16.No.1 (1 Maret 2019):81, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/4532/pdf>

- Putri Meilistiya, Bernita. IAIN Metro. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton. (Metro: Skripsi,2019)
- Putri, Weli Ofni, Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Fulnadi pada PT Asuransi Takaful Keluarga Lampung Tahun 2015-2017, (Lampung: Skripsi, 2018)
- Ratna, Nova Dwi, *Analisis Pentingnya Sosialisasi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung di Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Pakel Kabupaten Tulungagung)*, (Tulungagung: Skripsi, 2021).
- Rusby Zulkifli, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pekanbaru Riau:Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR), 1.
- Sofyan Iban, *Manajemen Strategi*, Cet 1, (Yogyakarta: Graha ilmu, 2015), 3.
- Sondak Sandi Hesti, Faktor-faktor loyalitas pegawai di dinas pendidikan daerah provinsi Sulawesi utara, *Jurnal EMBA* 7 No.1, 674, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/22478/22170>
- Sunarsasi, Anang Budi Hartono, Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Blitar, *Jurnal Translitera* 9,No.1(2020):23, <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/download/928/725/>
- Syahrizal Dani, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah di BRI Syariah KCP PONOROGO*, (Ponorogo: Skripsi, 2020)
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Ed.4 (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 2015), 87.
- Triyani Widiarti, *Tabungan Simpel IB BSI*, 21 Agustus 2021, <https://www.triyaniwidiari.com/2021/08/tabungan-simpel-ib-bsi.html/> , diakses pada 4 April 2022.
- Widodo Slamet, Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle), *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4, No.1 (1 Januari 2018):85, <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jepa/article/view/546>
- Wina Sanjaya, *Penelitian Pendidikan (Jenis, metode dan prosedur)*, Cetakan ke-1, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 66.



L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1



BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU TOMONI

*Jl. Trans Sulawesi Desa Beringin Jaya Kec. Tomoni Kab. Luwu Timur
Prov. Sulawesi Selatan*
92972 Telp. 047-325044 HP. 085217823326

Nomor :
Lampiran : 1 Lembar
Hal : Surat Keterangan Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sadly, S.Hut
Jabatan : Branch Manager
Perusahaan : PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Firdayanti
NIM : 18 0402 0225
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni”** sejak tanggal 4 Agustus sampai dengan 10 Agustus 2022. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tomoni, 11 Oktober 2022
PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Tomoni


Sadly, S. Hut
Branch Manager

Lampiran 2

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : skripsi Firdayanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu'alaikumwr.wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Firdayanti

NIM : 1804020225

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Pada Bank Syariah
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni.

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikumwr.wb.

Tim Verifikasi

1. Hendra Safri, S.E., M.M.

Tanggal : 4 Oktober 2022

2. Purnama Sari, S.E

Tanggal : 4 Oktober 2022

()
()

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

A. Produk (*Product*)

1. Karyawan

- a. Apa saja keunggulan yang dimiliki oleh tabungan simpel ini?
- b. Menurut ibu apakah keunggulan yang dimiliki oleh produk simpel pada bank bsi lebih mampu menarik minat menabung nasabah?
- c. Apakah persyaratan yang diberikan pada calon nasabah yang ingin menggunakan tabungan simpel ini cukup memudahkan bagi para pelajar?

2. Nasabah

- a. Apa alasan anda untuk memilih menggunakan produk dari BSI?
- b. Menurut anda selaku nasabah apa kelebihan yang dimiliki produk BSI jika dibandingkan bank lain?
- c. Apa saja fitur yang telah didapatkan setelah menjadi nasabah pada BSI KCP Tomoni?

B. Harga (*Price*)

1. Karyawan

- a. Bagaimana strategi penerapan harga pada produk tabungan simpel ini?
- b. Apakah strategi penerapan harga pada produk simpel pada BSI lebih unggul jika dibandingkan lain?
- c. Berapa potongan yang diberikan BSI kepada nasabah pengguna tabungan simpel?

2. Nasabah

- a. Apakah anda mengeluarkan banyak biaya setelah menggunakan tabungan pada BSI?
- b. Berapa potongan yang diberikan BSI kepada anda setelah menggunakan tabungan simpel?
- c. Apakah penetapan harga yang diberikan oleh BSI telah sesuai dengan keinginan anda?

C. Tempat (*Place*)

- a. Apakah lokasi BSI ini sudah strategis untuk dijangkau oleh para pelajar?
- b. Menurut ibu apa keunggulan dari lokasi BSI KCP Tomoni ini?
- c. Bagaimana pihak bank melakukan pemasarannya dimasyarakat yang tidak dapat menjangkau lokasi BSI KCP Tomoni?

D. Promosi (*Promotion*)

1. Karyawan

- a. Apakah ada timbal balik berupa hadiah dan bonus yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang menabung di bank bsi?
- b. Bagaimana strategi promosi yang digunakan oleh bank bsi kcp tomoni dalam pemasaran produk? Serta strategi promosi apa yang paling efektif dalam menarik nasabah?
- c. Media promosi apa saja yang digunakan oleh bank bsi kcp tomoni untuk menarik nasabah?

2. Nasabah

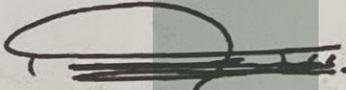
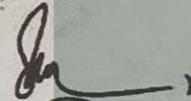
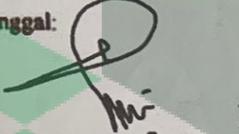
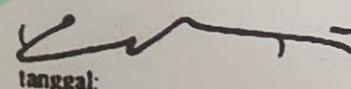
- a. Bagaimana pendapat anda mengenai sosialisasi yang dilakukan BSI? Apakah sudah cukup baik?
- b. Menurut anda apa yang menjadi keunggulan BSI KCP Tomoni ini jika di bandingkan bank lain?
- c. Apa saja bentuk timbal balik yang telah diberikan BSI KCP Tomoni?

Lampiran 4

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni yang ditulis oleh Firdayanti Nomor Induk Mahasiswa(NIM) 18 0402 0225, mahasiswa program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis, tanggal 1 November bertepatan dengan 6 Rabiul Akhir 1444H telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A.
(Ketua Sidang/Penguji) ()
tanggal: _____
2. Hendra Safri, S.E., M.M.
(Sekretaris Sidang/Penguji) ()
tanggal: _____
3. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag
(Penguji I) ()
tanggal: _____
4. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M
(Penguji II) ()
tanggal: _____
5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
(Pembimbing I/Penguji I) ()
tanggal: _____

Lampiran 5

Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag
Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -

Hal : skripsi Firdayanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

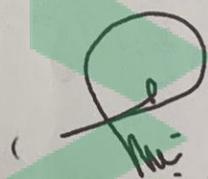
Nama : Firdayanti
Nim : 18 0402 0225
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni

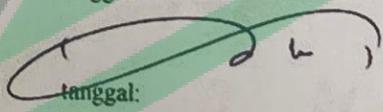
maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

1. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag
(Penguji I)
2. Muh Shadri Kahar Muang, S.E., M.M
(Penguji II)
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
(Pembimbing I/Penguji I)

()
tanggal:

()
tanggal:

()
tanggal:

Lampiran 6

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAMIAIN PALOPO**
NOTA DINAS

Lamp. :

Hal : skripsi Firdayanti

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikumwr.wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Firdayanti

NIM : 18 0402 0225

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Pada Bank
Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikumwr.wb.

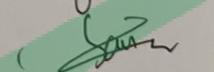
Tim Verifikasi

1. Hendra Safri, S.E., M.M.

Tanggal :

2. Purnama Sari, S.E

Tanggal : 22/11/2022

()
()

Lampiran 7

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul:

**“Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar pada Bank Syariah
Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni”**

Yang ditulis oleh :

Nama : Firdayanti

NIM : 18 0402 0225

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik
dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Palopo, 27 September 2022

Pembimbing


Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
NIP. 198912072019031005

Lampiran 8

Edi Indra Setiawan, S.E., M.M

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp : -
Hal : Skripsi Firdayanti

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Firdayanti
NIM : 18 0402 0225
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tomoni

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Pembimbing


Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
Tanggal: 27 September 2022

Lampiran 9

DOKUMENTASI HASIL WAWANCARA







RIWAYAT HIDUP



Firdayanti, Lahir di Bone Pute pada hari sabtu tanggal 3 Februari tahun 2001. Penulis merupakan anak pertama dari 5 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Muhaddas dan ibu bernama Zunnuraini. Saat ini bertempat tinggal di desa Bantilang, Kecamatan Towuti, Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan sekolah dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 1 Mambotu. Kemudian di tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Burau dan saat menginjak kelas IX penulis pindah ke SMPN 2 Towuti dan selesai pada tahun 2015. Selanjutnya pada tahun yang sama menempuh pendidikan di SMKN 1 Luwu Timur dan pindah ke MAN Malili hingga lulus di tahun 2018. Di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dengan mengambil jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.