

**Implementasi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP Stabat****¹ Azhari, ² Sri Wahyuni, ³ Nurul Hasanah**^{1, 2, 3} STAI Jam'iyah Mahmudiyah, Langkat, Indonesia

Corresponding author.

E-mail addresses: azharazhari075@gmail.com

ABSTRACT

The practice of saving for Hajj is still being debated and has differences in implementation. This research wants to reveal the implementation of Hajj savings products, especially at Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. This research uses a qualitative approach by describing each finding with the support of research data. The results of the research show that the marketing strategy carried out by Bank Syariah Indonesia Stabat Langkat Sub-Branch Office, especially for the Indonesian Hajj Savings product, is choosing to formulate the target market, namely using a segmenting strategy, targeting the market and the way BSI positions itself. Apart from that, by developing a marketing mix or marketing output consisting of product, price, plan, promotion, people, physical evidence and process. By using this marketing strategy formulation, the aim is to attract and maintain customer loyalty.

Keywords: *Implementation, Hajj Savings, Bank Syariah Indonesia***ABSTRAK**

Praktek tabungan haji masih menjadi perdebatan dan memiliki perbedaan dalam implementasinya. Penelitian ini ingin mengungkap implementasi produk tabungan haji khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mendeskripsikan setiap temuan dengan dukungan data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat Langkat khususnya pada produk Tabungan Haji Indonesia yaitu memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi mensegmen, mentarget pasar dan cara BSI memposisikan diri. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau buaran pemasaran yang terdiri product (produk), price (harga), plance (tempat), promotion (promosi), people (orang), phisycal evidence (bukti fisik), dan process (proses). Yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

Kata Kunci: *Implentasi, Tabungan Haji, Bank Syariah Indonesia*

PENDAHULUAN

Eksistensi keberadaan lembaga keuangan dalam bentuk Bank memiliki fungsi untuk menerima uang sebagai simpanan, memproses pengajuan pinjaman uang, jasa dan pengiriman (transfer) uang (M.A.Harahap, 2020). Lembaga keuangan yaitu Bank mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sehingga masyarakat mengenal bahwa bank sebagai suatu lembaga yang dapat dipercaya menyimpan dan mengelola dana milik nasabah (Muslikh et al., 2022).

Salah satu produk unggulan dalam praktik keuangan berdasarkan prinsip perbankan yaitu berfungsi untuk melakukan aktivitas menerima simpanan berupa tabungan, peminjaman modal usaha dalam bentuk dana, pengiriman uang dan sebagainya (Publising, 2023). Kehadiran Bank dijadikan sebagai usaha untuk membentuk kalangan masyarakat yang memiliki minat dan motivasi untuk terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan perbankan.

Produk perbankan syariah dalam bentuk deposito, tabungan dan giro dilakukan dengan mengatas namakan prinsip-prinsip syariah sehingga memberikan jaminan kepada masyarakat tentang kebebasan dari praktik riba. Tradisi kajian fiqh muamalah terkenal satu produk wadi'ah yaitu adanya proses titipan dari pihak pertama kepada pihak bank dengan adanya jaminan dan kepastian hukum yang harus dipatuhi bersama (Bimo & Cahya, 2018).

Pelaksanaan akad wadi'ah berupa perjanjian dari kedua belah pihak untuk menyimpan dana milik nasabah dan berkewajiban untuk mengembalikan dana atau barang dalam waktu tertentu. Penjelasan tentang akad wadi'ah yaitu adanya proses penitipan barang atau uang kepada pihak bank yang diberikan kepercayaan untuk menjaga keselamatan dan keamanan serta keutuhan uang yang telah dititipkan oleh nasabah (Halim et al., 2023).

Produk unggulan di bank syariah salah satunya adalah tabungan haji dan umrah yang telah mendapatkan pengesahan dari dewan fatwa syariah yang menjelaskan tentang kebolehan pihak bank syariah dalam mengumpulkan dan mengelola dana tabungan haji nasabah (Novitasari & Suselo, 2022). Latar belakang penerapan system titipan dana tabungan haji yaitu dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat secara luas atas jaminan prinsip-prinsip keuangan berlandaskan pada system agama Islam (Rachman & Syariah, 2022).

Faktor yang penting untuk menjaga eksistensi dan keberlangsungan perbankan syariah di bank BSI KCP Stabat dengan memperhatikan kebutuhan konsumen untuk meningkatkan keunggulan bank syariah secara kompetitif. Maka, kualitas layanan merupakan tolak ukur tingkat kepuasan nasabah terhadap produk layanan haji yang telah di manajemen sedemikian rupa (Windyani, 2023).

Tabungan haji dan umrah merupakan akad wadi'ah yad dhamamah yang menempatkan nasabah sebagai pemilik dana sedangkan pihak bank sebagai penyimpan dan pengelola dana tabungan haji dan umrah tersebut (Anjani, 2023). Produk tabungan haji dan umrah ini salah satu program unggulan yang dimiliki oleh pihak bank BSI KCP Stabat dengan system perbankan syariah yang diperuntukkan bagi nasabah untuk melakukan pembayaran dan penyelenggaraan.

Pihak bank BSI KCP Stabat membangun kerja sama dengan direktorat jendral bimbingan masyarakat dan urusan haji sesuai dengan aturan syariat Islam sehingga lembaga pengelola pemberangkatan ini memiliki wadah Biaya Penyelenggara Ibadah Haji (BPIH). Maka, dalam memfasilitasi pembayaran biaya perjalanan haji dan umrah bagi masyarakat dapat melakukan pendaftara ke Bank BSI KCP Stabat yang menggunakan system syariah sehingga dapat membantu masyarakat dalam menjalankan ibadah haji yang merupakan rukun Islam sehingga adanya kewajiban yang melihat kepada kesanggupan personal. Berdasarkan uraian tersebut diatas maka, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Implementasi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP. Stabat”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif (Field Research), yaitu penelitian langsung ke lapangan atau tempat yang menjadi bagian dari penelitian Bank BSI KCP Stabat sehingga penelitian ini difokuskan untuk mencari dan mengkaji data yang ada di lapangan serta relevan dengan permasalahan yang diangkat. Alasan peneliti melakukan pendekatan kualitatif adalah untuk menganalisis terkait manajemen pengelolaan dana tabungan haji di Bank BSI KCP Stabat dengan prosedur analisis yang berbentuk kata-kata dan gambar yang kemudian dideskripsikan agar mudah dipahami oleh orang lain. Tempat penelitian ini bertempat di Bank Syariah Indonesia Tbk Cabang Stabat. Tehnik analisis data penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menjelaskan, menguraikan, atau menganalisa gambaran yang sesuai dengan permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat

a. Segmentasi

Langkah awal yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dalam kegiatan pemasaran adalah dengan mensegmentasi pasar. Dalam hal mensegmentasi pasar Bank Syariah Indonesia memiliki segmentasi secara khusus kepada masyarakat Stabat. Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam segmentasi pasar antara lain:

Dari segi daerah atau wilayah Terletak di ruko Jl. Lintas Sumatra No.17, Stabat Baru, Kec. Stabat, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara 20811. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat memilih wilayah yang cukup strategis yaitu dipusat kecamatan padat penduduk dan berdekatan dengan pasar sentral. Dalam upaya melayani nasabahnya Bank Syariah Indonesia tidak begitu mengejar target nasabah dikarenakan pesaing tidak begitu diperhitungkan dalam persaingan pasar karena Bank yang berbasis syariah di Kabupaten Stabat hanya mempunyai satu unit Bank Syariah saja.

Dari segi usia dalam hal ini yang menjadi sasaran utama adalah kelompok usia dewasa. Hal ini mengingat syarat-syarat yang diajukan menyerahkan foto copy identitas diri seperti: KTP, SIM dan NPWP. Dari segi pekerjaan : Semua pekerja (pelajar, pegawai, pedagang, petani) yang tentunya beragama Islam dan sudah akil balik.

b. Target

Pembeli atau konsumen ialah raja, istilah ini memang benar adanya, karena sang raja memang sangat senang dan bahagia bila dilayani dengan baik olehnya itu Bank dalam menarget calon nasabahnya sebaiknya mengenali terlebih dahulu karakter serta keinginan calon nasabah dan melayani dengan senang hati. Untuk target pasar, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat telah menentukan siapa yang menjadi targetnya. Dan tentu saja target pasar yang dituju Bank Syariah Indonesia ialah Masyarakat yang beragama Islam dan semua kalangan tanpa membedakan status sosial yang terpenting memiliki kartu atau tanda identitas diri lainnya.

c. Posisi

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat mengenalkan diri sebagai mitra bisnis yang amanah dan maslahah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang mengatur masyarakat yang mempunyai masalah dalam kepengurusan keberangkatan ibadah Haji melalui produknya.

d. Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Untuk mencapai target pasar, diperlukan marketing mix atau bauran pemasaran (Nurasikin, 2019). Karena bagian inilah yang terlihat dipasar, oleh sebab itu Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat memiliki beberapa strategi dalam pemasaran adalah sebagai berikut :

- 1) Product (Produk)
- 2) Price (Harga)
- 3) Place (Tempat)
- 4) Promotion (Promosi)
- 5) People (Orang)
- 6) Physical Evidence (Bukti Fisik)
- 7) Process (Proses)

Selain marketing, customer service juga perlu menawarkan produk bank dengan sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat memberikan penjelasan dengan sebaik mungkin. Pelayanan yang baik dan memuaskan terhadap nasabah akan menjadi media promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, saudara, teman, tetangga, rekan kerja dan orang lain mengenai pelayanan yang unggul, sehingga diharapkan citra bank akan meningkat.

Implementasi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP. Stabat

Paparan data terdiri dari implementasi produk tabungan iB Haji sebagai upaya menghadapi daftar tunggu (waiting list) calon jemaah haji dan Efektivitas produk tabungan iB Haji sebagai upaya menghadapi daftar tunggu (waiting list) calon jamaah haji di Bank Syariah Indonesia KCP Stabat yaitu sebagai berikut:

Secara umum, Implementasi yaitu pelaksanaan tindakan oleh individu, pejabat, instansi pemerintah atau kelompok swasta yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah digariskan dalam keputusan tertentu. Badan- badan ini melaksanakan tugas-tugas pemerintah yang berdampak pada warga.

Wadiah merupakan prinsip simpanan murni dari pihak yang menyimpan atau menitipkan kepada pihak yang menerima titipan untuk dimanfaatkan atau tidak dimanfaatkan sesuai dengan ketentuan (Aulia & Rokan, 2022). Produk Tabungan iB Hijrah Haji merupakan produk yang dimiliki oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. yang merupakan bank umum syariah pertama di Indonesia yang dikelola secara umum dan murni syariah. Salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS-BPIH), yang terdaftar di SSKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Galih Bagus Nugraha selaku Pimpinan di Bank BSI KCP Stabat menjelaskan bahwa Tabungan Haji di Bank BSI KCP Stabat adalah: “Pengertian tabungan haji merupakan simpanan yang menggunakan akad mudharabah musyarakah dengan nisbah 50% untuk anggota dan 50% untuk BSI, tabungan haji ini Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji. Dan tabungan haji sangat membantu masyarakat yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji”.

Selain dengan bapak manajer BSI KCP Stabat, Ibu Syafrida juga menjelaskan Tabungan Haji di BSI KCP Stabat bahwa: “Sebenarnya pengertian tabungan haji sama saja dengan yang lainnya, semacam simpanan bagi anggota yang berencana untuk menunaikan ibadah haji. Simpanan ini dikelola dengan menggunakan dasar prinsip akad mudharabah musyarakah dan prinsip bagi hasil dalam setiap bulannya. Dan tabungan haji ini merupakan tabungan umum yang berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji. Agar orang-orang dapat dengan mudah mempersiapkan dana untuk pergi haji meskipun dengan penghasilan yang terbelah pas-pasan”.

Adapun penjelasan yang sama dari bapak Chandra bahwa: “Setiap umat islam di seluruh dunia pasti mendambakan pergi haji ke tanah suci, Bank BSI KCP Stabat memberikan solusi yaitu dengan adanya produk tabungan haji anggota bisa menabung terlebih dahulu agar bisa pergi ibadah haji, bagaimanapun menabung uang sesuai kemampuan akan terasa lebih ringan (agar meringankan beban anggota dengan cara menabung) dibandingkan harus membayar biaya haji secara tunai yang nilainya mencapai puluhan juta rupiah. Jadi tabungan haji merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang mempersiapkan dana agar mencukupi untuk membiayai perjalanannya ke tanah suci”.

Menurut penjelasan hasil wawancara di atas bisa di pahami bahwa tabungan haji adalah produk tabungan umum berjangka untuk membantu keinginan anggota melaksanakan ibadah haji dan tabungan tersebut menggunakan akad mudharabah musyarakah dengan prinsip syariah dengan bagi hasil 50% anggota dan 50% BSI.

Dalam penerapan produk tabungan haji BSI KCP Stabat telah menetapkan prosedur sesuai dengan aturan yang telah berlaku seperti pembukaan rekening tabungan haji, penerimaan setoran tabungan haji, penarikan tabungan haji, penarikan Ttabungan haji. Tahapan proses pendaftaran porsi jamaah haji di BSI KCP Stabat yaitu sebagai berikut: Pembukaan Rekening Tabungan Haji, hasil wawancara dengan teller bank BSI KCP Stabat yaitu: “Prosedur pembukaan rekening tabungan haji oleh anggota dimulai dari permohonan pembukaan rekening kepada Teller (kasir) karena di BSI KCP Stabat tidak ada Customer Service maka dari itu teller juga bertugas sebagai Customer Service. Untuk mempermudah calon anggota dalam pembukaan rekening tabungan baru teller menjelaskan prosedur-prosedur yang harus ditaati oleh anggota”.

Kemudian hasil wawancara dengan Customer Service Bank BSI KCP Stabat menjelaskan sebagai berikut: “Anggota harus membawa uang sebesar Rp. 500.000 dan membawa syarat-syarat seperti: 2 lembar fotocopy suami istri, surat nikah, dan kartu keluarga untuk pembukaan rekening tabungan haji di Bank BSI KCP Stabat. Prosedur pembukaan rekening tabungan haji harus melalui prosedur yang sudah ditentukan oleh BSI dan harus memenuhi syarat yang sudah ditentukan seperti menyerahkan 2 lembar foto copy KTP suami istri, surat nikah, dan kartu keluarga”.

Dalam hal ini calon anggota perlu melakukan permohonan pembukaan rekening, jumlah setoran awal minimal sebesar Rp500.000, untuk setoran selanjutnya jumlah nominal yang disetorkan anggota penyimpan dana menyesuaikan kemampuan anggota minimal sebesar Rp 100.000 per bulan. Selain adanya penetapan jumlah minimal setoran, BSI juga menetapkan jumlah saldo minimal Rp 25.500.000 untuk bisa mendapatkan porsi haji. Dan pada tahun ini biaya untuk bisa berangkat haji ke tanah suci berkisar sekitar Rp 37.000.000. Pada tabungan ini tidak ada potongan tiap bulannya tetapi Bank BSI KCP Stabat menetapkan nisbah bagi hasil pada setiap bulannya. Nisbah bagi hasil yang ditetapkan oleh Bank BSI KCP Stabat adalah 50% anggota dan 50% BSI.

Penarikan Tabungan Haji di BSI KCP Stabat, menurut Brand Manager BSI KCP Stabat mengatakan bahwa: “Penarikan Tabungan Haji hanya dapat dilakukan oleh pemiliknya sendiri, maksimum penarikan sebesar saldo tabungan dikurangi saldo wajib, penarikan tabungan haji dilakukan dengan slip penarikan atau ATM Card, slip penarikan harus di tandatangani oleh pemilik serta melibatkan kartu identitas diri (KTP/SIM), dan jumlah penarikan harus dibukukan pada buku tabungan haji”.

Selain itu hasil wawancara Back Office Bank BSI KCP Stabat dengan menjelaskan bahwa :“Teller harus pastikan yang melakukan penarikan adalah pemilik rekening dengan cara meminta KTP, dan jika yang melakukan bukan pemilik rekening maka harus dilengkapi dengan surat kuasa agar aman dan tidak terjadi kendala dikemudian harinya. Nasabah tidak dapat melakukan penarikan sewaktu-waktu sebelum jatuh tempo penarikan dan jangka waktu yang telah ditentukan saat kesepakatan bersama, anggota dapat melakukan penarikan tabungan haji apabila saldo yang ada di dalam rekening tersebut setelah melebihi jumlah saldo yang ditentukan untuk pendaftaran ibadah haji yang telah di tentukan oleh BSI, dan BSI wajib mengembalikan sisa uang yang ada di tabungan tersebut saat anggota akan berangkat ke tanah suci untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah sesuai jadwal pemberangkatan yang telah ditentukan. Uang tersebut boleh diambil nasabah untuk uang saku saat berangkat ke tanah suci”.

Menurut Ibu Syafrida, menyatakan bahwa:Tabungan iB Hijrah Haji di PT. Bank Syariah Indonesia menggunakan akad Wadiah karena semua yang berkaitan dengan ibadah, menurut Dewan Pengawas Syariah yang ada di Bank Syariah Indonesia tidak boleh mengurangi dari biaya yang disetorkan, penitipan ini murni hanya untuk ibadah. Tabungan iB Hijrah Haji merupakan titipan yang langsung dipindahbukukan dari rekening Bank ke Rekening Menteri Agama disaat pendaftaran porsi Haji. Selain itu setelah pelunasan Tabungan Haji pihak Bank akan mengantar nasabah ke Kementerian Agama untuk mengambil untuk mengambil porsi haji yang telah dikeluarkan oleh Kementerian Agama. Konsep dari Tabungan iB Hijrah Haji dengan menggunakan akad wadiah yaitu tidak mendapatkan bagi hasil, tidak dikenakan biaya administrasi, tidak ada biaya tutup rekening. Hal ini dikarenakan akad wadiah ini merupakan titipan murni

dan untuk ibadah. Implementasi akad Wadiah pada tabungan iB Hijrah yaitu bank tidak boleh mengurangi dari biaya yang dititipkan. Ada bonus yang diperoleh nasabah, namun tidak disebutkan diawal pembukaan rekening. Sehingga hal ini dapat memacu keinginan masyarakat untuk membuka Rekening Haji tanpa biaya administrasi.

Menurut Ibu Syafrida menyatakan bahwa: Pihak Bank BSI KCP Stabat menyatakan bahwa tidak ada kendala yang dirasakan dalam penerapan ini, namun terkadang pihak bank harus memilah mana nasabah yang cocok untuk akad wadiah, karena jika nasabahnya tidak cocok tidak akan sesuai dan tidak akan setuju dengan akad wadiah, karena akad wadiah adalah akad titipan, jadi tidak ada yang diharapkan dari tabungan ini, jadi bagi hasil tidak dapat atau yang lainnya pun tidak dapat, makanya akad wadiah ini harus sesuai dengan nasabahnya. Untuk sasaran tabungan ini yaitu ke orang-orang yang ingin pergi haji, ke pengajian-pengajian, perkumpulan guru-guru, karena biasanya di dalam perkumpulan itu satu orang mau ikut lalu yang lainnya ikutan. Namun pada umumnya, tidak ada sasaran khusus, batas minimal untuk anak-anak dapat membuka Tabungan iB Hijrah Haji adalah berumur 12 Tahun dengan persyaratan membawa akta kelahiran, apabila dan/atau lebih dari umur 17 tahun membawa KTP. Respon dari nasabah yang dijumpai oleh marketing bagus, karena sesuai, karena dari tabungan haji ini tidak ada yang diharapkan, jadi tabungan memang ditujukan untuk haji, tidak mengharapkan bagi hasil atau mudharabah dari tabungan ini. Keuntungan dari Tabungan Haji ini yaitu tidak adanya potongan administrasi. Karena diperuntukan untuk haji jadi sangat tidak wajar jika ada potongan di dalamnya. Jika dipotong maka akad mudharabah akadnya. Tabungan ini tidak ada potongan karena menggunakan akad wadiah yang merupakan titipan murni.

Menurut Ibu Syafrida menyatakan bahwa: Tabungan iB Hijrah Haji memiliki program aplikasi tersendiri agar datanya tidak bercampur dengan data konsumen yang lain. Mulai dari input data samapai dana tersebut cair dan dapat digunakan nasabah ada di dalam aplikasi ini. Untuk aplikasi dalam tabunga haji menggunakan system aplikasi SISKOHAT (Sistem Komunikasi/Komputerisasi Haji Terpadu) yang langsung tehubung dengan kantor Kementrian Agama. Dengan sistem pelayanan secara online dan real team antara bank penyelenggara penerima setoran ONH (Ongkos Naik Haji), Kanwil Kemenag di 33 provinsi dengan pusat komputer Kementrian Agama. Sistem ini mulai dari pendaftaran calon haji, pemrosesan calon haji, persiapan pemberangkatan, monitoring, operasional di tanah suci sampai proses perpulangan ke tanah Air.

Upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Stabat

Bank BSI KCP Stabat, memilih strategi bauran promosi: periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), publisitas (publicity) dan penjualan pribadi (personal selling). Periklanan yang dianggap sangat tepat dikarenakan tujuan periklanan sendiri yakni memperkenalkan atau membujuk calon anggota agar tertarik dengan produk yang di tawarkan. Strategi penjualan tatap muka juga sangat tepat untuk membantu kegiatan pemasar dengan mendatangi calon anggota dan memberikan penjelasan dan informasi secara langsung kepada calon anggota. Promosi sebagai strategi yang sangat tepat bagi BSI KCP Stabat dalam upaya peningkatan jumlah tabungan mudharabah.

Menurut pemaparan dari Manajer Bank BSI KCP Stabat menjelaskan bahwa: “Bank BSI KCP Stabat memilih bauran promosi, karena keempat strategi ini sudah saya diskusikan kepada semua karyawan BSI bahwa strategi ini sangat membantu dalam pemasaran produk dan langkah yang paling tepat untuk meningkatkan jumlah calon

nasabah, Bauran promosi sudah kami pertimbangkan karena baik dari produk dan karakteristik pasar. Dan sumberdaya yang dimiliki Kantor BSI KCP Stabat ada dua alat yang dianggap strategi yang paling efektif dan tepat untuk diterapkan ". Strategi promosi yang dilakukan oleh Kantor BSI Stabat adalah periklanan (Advertising), promosi penjualan (Sales Promotion), publisitas (Publicity) dan penjualan pribadi (Personal Selling):

a) Periklanan (advertising).

Menurut pemaparan dari Manajer Bank BSI bahwa: "Yaitu memberikan brosur kepada masyarakat atau calon anggota baik dipasar-pasar maupun dikajian keagamaan, memasang roll banner di dalam ruangan (in door) yang diletakkan depan pintu masuk, diluar ruangan (out door) seperti baliho dan spanduk yang diletakkan didepan gedung Bank BSI KCP Stabat dan cabang pembantu lainnya. "Dengan menggunakan alat periklanan ini dan membagi-bagikan brosur kepada semua orang dan mempuyai kesempatan untuk berkomunikasi langsung dengan calon anggota sehingga lebih leluasa dalam menjelaskan manfaat produk yang sedang kami tawarkan kepada anggota tersebut".

Strategi periklanan di Bank BSI KCP Stabat yaitu dengan menjelaskan manfaat produk, keuntungan dan persyaratan sesuai produk masing-masing. Penyebaran brosur dilakukan setiap kali melakukan prospecting (mencari anggota) dilingkungan pasar, sekolah-sekolah, lembaga-lembaga instansi dan keluarga-keluarga karyawan sendiri.

b) Promosi penjualan (sales promotion), Menurut pemaparan dari Manajer Bank BSI KCP Stabat yang menyatakan bahwa: "Bersosialisasi tentunya hal yang sangat penting untuk memperkenalkan produk-produk yang ada di BSI KCP Stabat, Termasuk dalam memperkenalkan produk dimana kami melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah atau acara pengajian. Sosialisasi dengan masyarakat sangat penting dan sangat membantu dalam meningkatkan jumlah anggota yang menabung di BSI KCP Stabat".

c) Publisitas (Publicity).

Menurut pemaparan dari Manajer Bank BSI KCP Stabat yang menyatakan bahwa: "Dengan cara menyelenggarakan kegiatan sosial seperti bakti sosial agar lebih dekat dengan masyarakat dan pendekatan yang sangat baik dengan masyarakat dengan cara menyelenggarakan seperti bakti sosial sehingga kegiatan ini mempunyai tujuan untuk membangun image baik bagi perusahaan dalam benak masyarakat".

d) Penjualan Pribadi (Personal Selling)

Menurut pemaparan dari Manajer Bank BSI KCP Stabat menyatakan bahwa: "Strategi yang digunakan Kantor BSI KCP Stabat adalah penjualan tatap muka dimana pemasar pihak Kantor Bank BSI KCP Stabat untuk menggerakkan sdm pemasaran untuk terjun langsung ke lapangan untuk mendatangi calon anggota dan memberikan informasi yang berkaitan dengan Kantor atau produk-produk di Bank BSI KCP Stabat. Dari pihak AO (Accounting Offcer) melakukan penjualan tatap muka dimana pihak AO mempersentasikan kepada calon anggota mengenai manfaat dan keunggulan dari semua produk tersebut. Pendekatan ini memudahkan kami dalam menelaskan secara detail mengenai semua produk-produk yang ada di BSI KCP Stabat.

Kendala-kendala yang dihadapi BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat dalam memasarkan produk Tabungan Haji

Didalam setiap aktivitas tidak selalu berjalan seperti rencana sama halnya dengan pelaksanaan strategi pemasaran yang telah diterapkan, dalam strategi pemasaran terkadang mengalami kendala sehingga menghambat proses pemasaran yang dilakukan. Maka diperoleh kendala-kendala yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat yaitu:

- a. Nasabah yang telah lanjut usia serta nasabah yang sebagian tidak mengenal baca dan tulis juga menjadi salah satu kendala. Misalnya dalam masalah pengisian formulir pembukuan tabungan haji, nasabah tersebut memerlukan bantuan dari pihak Customer service sehingga pelayanannya memerlukan waktu yang lebih lama.
- b. Terjadinya offline dari kantor pusat. Apabila terjadi offline dari kantor pusat maka Kantor Cabang Pembantu tidak dapat melakukan pelayanan pembukaan rekening kepada nasabah. Apabila terdapat nasabah yang ingin membuka rekening tabungan tidak dapat diproses saat itu juga.
- c. Tidak semua masyarakat Stabat mampu melaksanakan Haji sehingga berpengaruh pada jumlah masyarakat yang memiliki Tabungan Haji di BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat. Hal ini dikarenakan banyak faktor yang menghambat pelaksanaan rukun Islam yang kelima ini. Faktor yang paling umum yaitu terkait masalah biaya. Mengingat masih banyak dari masyarakat Stabat yang pendapatannya masih dibawah rata-rata.
- d. Lamanya daftar tunggu (Waiting List) Haji
- e. Strategi cross selling yang dilakukan terutama oleh Customer Service (CS) sehingga membuat peningkatan nasabah produk Tabungan haji BSI tidak terlalu signifikan. Karena distribusi produknya kurang merata dan produk Tabungan Haji menjadi kurang familiar di telinga masyarakat karena penerapan strategi kurang maksimal.
- f. Semenjak Covid-19 datang menimpa Indonesia dari pihak Kementrian Agama pun memberhentikan pemberangkatan untuk naik haji, sehingga mempengaruhi masyarakat yang ingin menggunakan jasa produk Tabungan Haji.

Strategi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP. Stabat

Dari hasil wawancara dari beberapa informan dari pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat mengungkapkan bahwa sebagai salah satu perbankan syariah tentu sangat membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar kegiatan perusahaan dapat berlangsung dengan maksimal dan menghasilkan laba perusahaan yang tinggi. Kegiatan atau aktivitas perusahaan tidak terlepas dari strategi pemasaran yang merupakan suatu kombinasi untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat yang ditujukan agar tercapai tujuan perusahaan yang memenangkan persaingan dengan tercapainya penjualan yang maksimal.

Strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat yang diterapkan pada produk Tabungan Haji Indonesia yaitu door to door melalui tempat-tempat keagamaan, cross selling, periklanan menggunakan brosur, open table pada saat acara gladi manasik haji di Masjid Kementerian Agama Kab. Langkat, pemasaran online melalui media sosial facebook dan instagram, dan pemasaran online yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pusat melalui halaman

web yang sewaktu-waktu dapat dikunjungi oleh siapa saja yang ingin mencari informasi mengenai produknya.

Dari beberapa strategi pemasaran di atas hanya beberapa yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat, yaitu: door to door ke tempat-tempat keagamaan dan cross selling. Kegiatan promosi dengan menggunakan strategi door to door ke tempat-tempat keagamaan seperti, mendatangi KBIH, Departemen Agama, KUA, dsb. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat melakukan pendekatan ke kantor-kantor KBIH untuk melakukan kerjasama yang saling menguntungkan.

Ketika masyarakat awam yang belum mengetahui bahwa Bank Syariah Indonesia dapat memproses kegiatan Haji dan mendatangi KBIH maka KBIH akan menginformasikan bahwa di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat juga mempunyai produk Tabungan Haji Indonesia yang sudah dibawah kewenangan Kemenag dan sudah menggunakan sistem online SSKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu). Pihak Bank Syariah Indonesia juga mendatangi komunitas pengajian guna mengedukasi tentang pentingnya ibadah Haji bagi orang Islam yang sudah mampu dan matang secara financial dan sekaligus menawarkan produk Tabungan Haji Indonesia yang ada di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat.

Dampak positif dari kegiatan door to door melalui tempat-tempat keagamaan ini membuat semakin banyak masyarakat yang mengenal produk Tabungan Haji Indonesia dan memberikan dampak peningkatan jumlah nasabah Tabungan Haji Indonesia secara terus menerus (Duryatun Nafi'ah, 2023). Dengan proses yang mudah dan cepat di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat. Dalam melakukan pendaftaran tabungan membuat masyarakat senang menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Indonesia dan memberikan kepercayaan kepada orang lain untuk ikut mendaftarkan diri menjadi nasabah Tabungan Haji Indonesia. Namun, untuk sekarang ini promosi menggunakan sistem door to door sudah tidak dilakukan kembali karena fokus yang dilakukan oleh BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat sekarang adalah pada sektor pembiayaan.

Pemasaran yang selanjutnya dilakukan oleh BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat adalah kegiatan cross selling. Cross selling adalah teknik menjual produk (barang atau jasa) dengan cara menawarkan produk-produk yang lain, pada saat kita sedang membeli sebuah produk. Cross selling biasanya dilakukan oleh frontliner seperti CS dan Teller. Namun, pihak marketing biasanya juga akan melakukan promosi secara cross selling. Cross selling yang dilakukan oleh Customer Service (CS) seperti ketika ada nasabah yang datang untuk melakukan angsuran atau pencairan dana pembiayaan ketika ada celah maka akan ditawarkan produk-produk penghimpunan dana khususnya Tabungan Haji Indonesia.

Jika nasabah tertarik maka akan dilakukan proses pendaftaran oleh CS ketika persyaratan sudah terpenuhi. Promosi secara cross selling ini dapat menggaet nasabah namun tidak terlalu banyak karena hanya dilakukan ketika nasabah sudah menggunakan jasa dari BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat.

Berdasarkan paparan data diatas dan keadaan manajemen BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat. Strategi promosi yang diterapkan oleh pihak bank sesuai dengan teori promosi, bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh bank dalam memasarkan produk dan jasa. Suatu

promosi yang tepat, akan sangat membantu penjualan yang akhirnya membantu pada perkembangan perusahaan. Promosi dikatakan mampu membuat daya tarik nasabah dan calon nasabah jika dapat memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

Dalam hal tersebut BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat tidak terlalu menerapkan strategi promosi pada produk Tabungan Haji Indonesia. Dari paparan strategi promosi diatas yang masih diterapkan oleh pihak BSI Kantor Cabang Pembantu Stabat adalah strategi cross selling yang dilakukan terutama oleh Customer Service (CS) sehingga membuat peningkatan nasabah produk Tabungan Haji Indonesia tidak terlalu signifikan. Karena distribusi produknya kurang merata dan produk Tabungan Haji menjadi kurang familiar di telinga masyarakat karena penerapan strategi promosi yang kurang maksimal.

Implementasi Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KCP. Stabat

Penerapan produk tabungan haji di Kantor BSI KCP Stabat Menurut penjelasan hasil wawancara di Kantor BSI KCP Stabat , Pengertian tabungan haji merupakan simpanan yang menggunakan akad mudharabah musyarakah yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji. Untuk membantu masyarakat yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji kantor BSI KCP Stabat mengeluarkan inovasi baru berupa produk tabungan haji Dan tabungan haji di Kantor BSI KCP Stabat menggunakan akad mudharabah dimana akan ada bagi hasil sebesar 50% anggota dan 50% BSI”.

Hal ini sudah sejalan dengan teori yang berada di web BSI KCP Stabat yaitu bahwasanya tabungan haji adalah simpanan yang menggunakan akad mudharabah musyarakah yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji.

Penerapan produk tabungan haji di BSI KCP Stabat menerapkan prosedur sesuai dengan aturan yang telah berlaku seperti pembukaan rekening tabungan haji, penerimaan setoran tabungan haji, penarikan tabungan haji, penutupan tabungan haji. Dimana dalam tahap ini sangatlah penting bagi nasabah atau anggota yang mau membuka rekening, setoran tabungan ataupun penarikan tabungan, prosedur Operasional tabungan meliputi: pembukaan rekening tabungan, penyetoran dana tabungan, penarikan dana tabungan pemeliharaan rekening tabungan dan penutupan rekening tabungan.

KESIMPULAN

Setelah menguraikan beberapa permasalahan dan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat Langkat khususnya pada produk Tabungan Haji Indonesia yaitu memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi mensegmen, mentarget pasar dan cara BSI memposisikan diri. Selain itu, dengan mengembangkan marketing mix atau buaran pemasaran yang terdiri product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), people (orang), phisycal evidence (bukti fisik), dan process (proses). Yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat Langkat dalam memasarkan produk Tabungan Haji ini yaitu strategi promosi yang masih diterapkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat Langkat adalah strategi cross selling yang dilakukan terutama oleh Customer Service (CS) sehingga membuat peningkatan nasabah produk Tabungan Haji Indonesia tidak terlalu signifikan. Karena distribusi produknya kurang merata dan produk Tabungan Haji menjadi kurang familiar di telinga masyarakat. Hal ini membuat strategi promosi yang dilakukan menjadi kurang maksimal karena hanya satu strategi yang diterapkan

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. (2023). Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 285–297. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/333>
- Aulia, R., & Rokan, M. K. (2022). Penerapan Dan Tantangan Produk Tabungan Haji IB Makbul Pada Masa Pandemi Covid-19 di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(2), 114–120. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i2.35>
- Bimo, W. A., & Cahya, T. (2018). Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor. *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 6(2), 63. <https://doi.org/10.32832/moneter.v6i2.2413>
- Duryatun Nafi'ah, M. N. (2023). STRATEGI JITU PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI. *Iqtisodina*, 6(1), 1–23. <https://ejournal.kopertais4.or.id/madura/index.php/IQTISODINA/article/view/6922>
- Halim, F. S., Putra, P., & Pujihastuti, I. (2023). Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 9(2579–6534), 564–572. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7443>
- Muhammad Arfan Harahap, M. H. (2020). *Manajemen Keuangan Konsep Dasar Dan Prinsip-Prinsip*. Merdeka Kreasi. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=yIHJEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=info:blAZb0_Um88J:scholar.google.com&ots=wL9Wd2cEVy&sig=Ql-O_D-8FqtTVR_6KjL26nVOefY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Musliikh, A. S., Umam, A. K., Rusydi, I., & ... (2022). Analisis Produk Tabungan Haji & Umroh Ib Dengan Menggunakan Akad “Mudharabah Mutlaqah”(Pt. Bank Btn Syariah Kcps Indramayu). *JSEF: Journal of Sharia ...*, 1(2), 81–92. <https://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/view/9%0Ahttps://jsef.faiunwir.ac.id/index.php/jsef/article/download/9/9>
- Novitasari, D., & Suselo, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Hijrah Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Nganjuk. *Agustus*, 2(4), 492–500. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/135>
- Nurasikin, A. (2019). Strategi Pemasaran Pembiayaan Warung Mikro Bank Syariah Mandiri KC. Kendal. *Iqtisad Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*,

6(2), 224–246. <https://doi.org/10.31942/iq.v6i2.3146>

Publising, K. A. (2023). *PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN HAJI INDONESIA (Studi Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Mojokerto Mojopahit 2)* Nurul Azizah Ria Kusrini. *1*(4), 629–639. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.544>

Rachman, A., & Syariah, M. (2022). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Dan Umrah IB Pada BTN Keps Tangerang. *Madani Syariah*, *5*(1), 43–58. <https://stai-binamadani.e-journal.id/madanisyariah>

Windyani, N. (2023). Tingkat Kompetitif Antara Produk Tabungan Wadiah Yad Dhamanah dan Mudharabah Muthlaqah di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *JEKSya Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, *2*(1), 285–297. <https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/339>