

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
SIMPANAN PELAJAR DI BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU AMBULU JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Khallista Emma Alsadilla
NIM 402180158

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khallista Emma Alsadilla
NIM : 402180158
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN
PELAJAR DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU AMBULU JEMBER

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat Pernyataan



Khallista Emma Alsadilla
NIM 402180158

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi dengan atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Khallista Emma Alsadilla	402180158	Perbankan Syariah	Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambulu Jember

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya telah disetujui
untuk diujikan pada ujian skripsi.

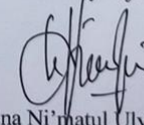
Ponorogo, 2 Mei 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,


Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP. 198608082019032023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar
Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu
Jember
Nama : Khallista Emma Alsadilla
NIM : 402180158
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang :
Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP 198907102018011001
Penguji I :
Yunaita Rahmawati, M.Si.
NIP 198406042019032012
Penguji II :
Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy
NIP 198608082019032023

Ponorogo, 24 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBLIAIN Ponorogo



Dr. H. Laubi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197297142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

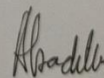
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khallista Emma Alsadilla
NIM : 402180158
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan
Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang
Pembantu Ambulu Jember

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2023



Khallista Emma Alsadilla

402180158

ABSTRAK

Alsadilla, Khallista Emma. Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember. Skripsi. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy

Kata Kunci: Strategi, tabungan simpel, strategi bauran pemasaran

Pembaruan strategi merupakan salah satu cara untuk mengatasi masalah yang terjadi. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember mengalami penurunan fluktuasi setiap tahunnya pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang seharusnya meningkat setiap tahunnya. Perlu dilakukan evaluasi dan pembaharuan strategi agar dapat mengatasi masalah yang terjadi.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) oleh Bank Syariah KCP Ambulu, kendala yang dihadapi, upaya mengatasi kendala penerapan bauran pemasaran pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan objek Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu, teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, dokumentasi dan observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Bank Syariah KCP Ambulu sudah menerapkan ketujuh unsur bauran pemasaran secara keseluruhan, dimana produk tabungan pelajar sebagai produk yang dikenalkan kepada pelajar dengan tujuan agar pelajar belajar menabung sejak dini. Hal ini didukung dengan persyaratan yang mudah, biaya setoran awal murah, serta lokasi yang mudah untuk dijangkau. Promosi yang dilakukan dengan baik dan proses pelayanan yang mudah serta terdapat alat – alat untuk mendukung Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Kendala yang dihadapi penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar kendala pada bagian internal bank, yaitu sumber daya manusia. Sumber daya manusia yaitu karyawan yang belum memahami dan kurangnya karyawan di bidang marketing produk tabungan simpanan pelajar. Kemudian upaya mengatasi kendala penerapan bauran pemasaran dengan kebijakan pimpinan bank melakukan peningkatan atau menambah sumber daya manusia yang menangani program tabungan simpanan pelajar.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	11
F. Metode Penelitian.....	21
1. Pendekatan dan Jenis penelitian.....	21
2. Kehadiran Peneliti	22
3. Lokasi Penelitian	23

4. Data dan Sumber Data.....	24
5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
6. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	26
7. Teknik Analisis Data.....	27
G. Sistematika Pembahasan	28
BAB II. STRATEGI BAURAN PEMASARAN	31
A. Strategi Bauran Pemasaran	31
1. Definisi Strategi.....	31
2. Tahapan Strategi.....	32
3. Strategi Bauran Pemasaran.....	33
BAB III. PAPARAN DATA	44
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
1. Profil Bank Syariah Indonesia.....	44
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	46
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember..	47
4. Job Deskripsi Jabatan	48
5. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember	51
6. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel).....	55
B. Strategi Bauran Pemasaran	58
C. Kendala Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember Dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)	80

D. Upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember Dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar	82
BAB IV. ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU AMBULU JEMBER	84
A. Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember	84
B. Analisis Kendala Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember Dalam Menerapkan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar.....	103
C. Analisis Upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember Dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar.....	104
BAB V. PENUTUP.....	106
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	111
RIWAYAT HIDUP.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember	48



DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Nasabah Simpanan Pelajar BSI KCP Ambulu Jember	4



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Draft Wawancara	110
Lampiran 2.	Transkrip Wawancara	112
Lampiran 3.	Dokumentasi	125



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, setiap perusahaan harus berusaha untuk memaksimalkan pangsa pasar yang setiap harinya akan berkembang. Salah satu usaha yang dilakukan saat ini harus bisa mengikuti aman dimana kita harus mulai memikirkan inovasi baru agar bisa bertahan di era saat ini seperti mulai memikirkan strategi serta target pasar yang dituju. Kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan saat ini semakin meningkat, tidak terkecuali kesadaran masyarakat menggunakan layanan jasa keuangan syariah yang mengalami perkembangan jasa keuangan syariah yang mengalami perkembangan yang pesat dan menyebarkan ke banyak Negara.¹ Dengan begitu kompetisi dan persaingan antar lembaga keuangan dalam memasarkan produknya semakin tinggi. Pemasaran dianggap menentukan dapat atau tidaknya suatu perusahaan berhasil mencapai tujuannya, sehingga sering ditemukan pemasaran menentukan arah kegiatan usaha pemasaran.²

Keberhasilan suatu perusahaan didasarkan pada keahliannya dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki.³ Salah satunya unsur dalam strategi pemasaran adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran

¹ Adiwirman A Karim, Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), 25.

² Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 47.

³ Nur Rinto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2010), 14.

pemasaran (*Marketing Mix*) adalah salah satu konsep utama dalam pemasaran modern, menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai perangkat atau alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁴ *Marketing Mix* digunakan untuk melakukan penetrasi pasar, dimana untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat atau saluran distribusi), dan *Promotion* (promosi), yang dalam perkembangannya kini telah mengalami penambahan lagi menjadi : *People* (manusia), *Physical Evidence* (bukti fisik), dan *Process* (proses).⁵ Berdasarkan definisi diatas, bahwa *marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan unsur suatu program pemasaran yang dikendalikan perusahaan untuk mengontrol pasar sasaran yang diinginkan. Kegiatan-kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya seefektif mungkin dan produk yang dikembangkan dapat menjadi hasil yang maksimal.

Sebagai salah satu perbankan syariah, BSI KCP Ambulu Jember sebagai lembaga keuangan mempunyai strategi dalam menghimpun dana, salah satunya adalah tabungan. Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota hingga masyarakat di pedesaan. BSI KCP Ambulu Jember mempunyai

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), 48.

⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang: Bayumedia Publishing, 2004), 18.

berbagai macam produk baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Salah satu produk penghimpunan dana yaitu produk tabungan simpanan pelajar yang merupakan produk yang dibuat oleh aturan pemerintah.

Tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka mengedukasi dan mendorong budaya menabung sejak dini. Pemasaran yang dilakukan harus menerapkan suatu strategi yang tepat dalam rangka menarik minat anak usia dibawah 17 tahun untuk menjadi nasabah dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Dengan persyaratan yang mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, diharapkan anak usia dibawah 17 tahun dimulai dari PAUD hingga SMA nantinya mereka gemar menabung dan melatih mengelola keuangan mereka sendiri. Untuk setoran awal Tabungan simpanan pelajar sebesar Rp. 1000 dan setoran lanjutan minimum Rp. 1000.⁶ Tabungan ini menerapkan akad *wadi'ah* yaitu tabungan yang tidak mendapatkan keuntungan karena merupakan titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lain seperti kartu ATM.⁷

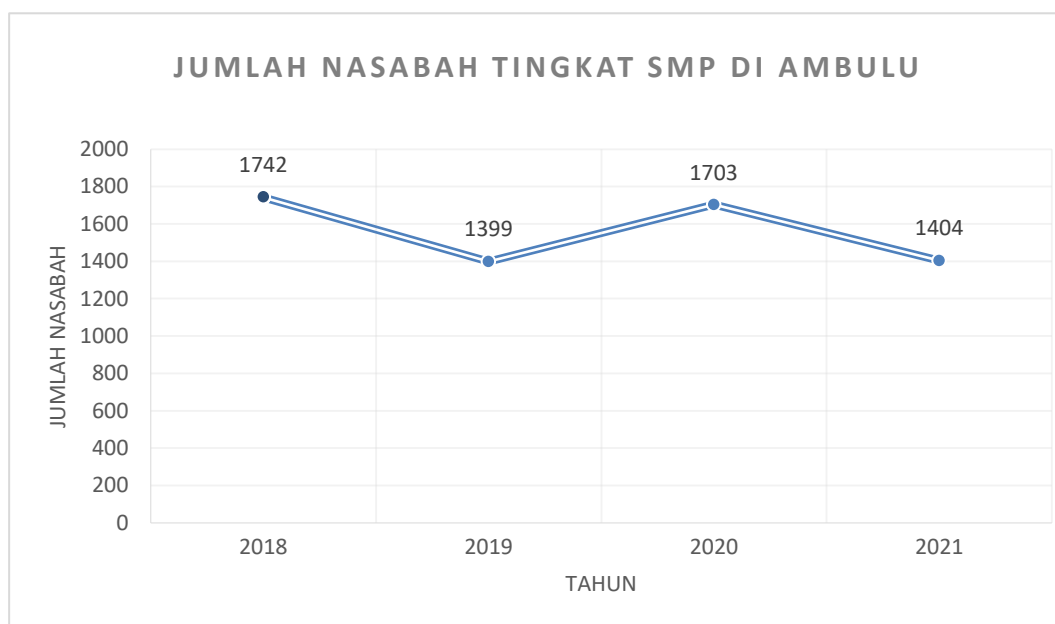
Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam memasarkan produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu dengan menggunakan strategi bauran pemasaran. Berikut ini

⁶ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1619969045bsi-tabungan-simpanan-pelajar>, (diakses pada 5 Februari 2023 jam 13.25).

⁷ Muhammad Syafi'I Antonio, Bank syariah dari teori ke Praktek (Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2001), 128.

jumlah data nasabah pada produk tabungan simpanan pelajar tahun 2018-2021 pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

Gambar 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)



Sumber : Laporan Data Per Tahunan, BSI KCP Ambulu Jember 2018-2021⁸

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah nasabah produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) pada tahun 2018-2021 yang seharusnya mengalami peningkatan di setiap tahun justru mengalami fluktuasi. Maka dari itu, peningkatan dan pembaharuan dalam strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember perlu dilakukan evaluasi secara konsisten agar memiliki pengaruh yang optimal.

Menurut narasumber Ibu Nimas Angraini selaku BOSM (*Branch Office Service Manager*) di kantor Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu

⁸ Nimas Angraini, *Wawancara*, 11 Oktober 2022.

Jember mengatakan bahwa dalam pelaksanaan pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yaitu: “kita menggunakan strategi bauran pemasaran. Tetapi dalam pelaksanaannya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember belum banyak peminat karena rendahnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk tersebut.”⁹

Hal ini juga diungkapkan oleh narasumber Ibu Miaria Anita Sartika selaku *Customer Service* Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yaitu: “dalam pelaksanaannya promosi produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) ini sudah maksimal namun memang belum banyak yang memahami dan mengerti apa keuntungannya menabung sejak usia dini. Untuk meningkatkan pengetahuan siswa dan orang tua mengenai pentingnya belajar menabung sejak dini, BSI KCP Ambulu melakukan promosi dengan cara membagikan brosur, membuat banner dan mengikuti *event-event* di sekolah.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara penelitian dengan ibu Nimas selaku *Branch Office Service Manager* mengemukakan bahwa produk tabungan simpanan pelajar merupakan produk yang masih kurang peminat karena rendahnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk tersebut. Selain itu banyak upaya pihak bank untuk menarik nasabah seperti membagikan brosur dan mengikuti *event-event* di sekolah. Namun memang jumlah nasabahnya belum ada peningkatan yang optimal dan mengalami fluktuasi.

⁹Nimas Anggraini, *Wawancara*, 11 Oktober 2022.

¹⁰Miaria Anita Sartika, *Wawancara*, 11 Oktober 2022.

Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak selalu mudah. Sebagian pelanggan memiliki kebutuhan yang tidak sepenuhnya mereka sadari, atau mereka tidak dapat mengartikulasikan kebutuhan ini.¹¹ Namun ketidaktahuan perusahaan terhadap keinginan para nasabah juga menjadi salah satu kendala kurangnya minat dari konsumen atau nasabah akan suatu produk yang ditawarkan.

Usaha untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan simpanan pelajar BSI KCP Ambulu Jember melakukan berbagai strategi bauran pemasaran diantaranya, Produk (*product*) adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan dan keinginan orang. Produk yang ditawarkan meliputi : barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, property, organisasi, informasi dan kemampuan.¹² Harga (*price*) pada dasarnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Harga suatu produk atau jasa ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut. Menurut Kasmir, harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.¹³ Tempat (*place*) merupakan sebuah tempat atau saluran distribusi yang baik untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu, sistem transportasi,

¹¹ Philip Kotler Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 13 ed. (Jakarta: Erlangga, 2008), 5.

¹² Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Alvabeta, 2010), 22.

¹³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 175.

sistem penyimpanan dan pemilihan saluran distribusi.¹⁴ Bagi perbankan, pemilihan lokasi sangat penting, dalam lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju. Promosi (*promotion*) yaitu berbagai kegiatan perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Tabungan simpanan pelajar BSI KCP Ambulu Jember yang lebih murah jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lainnya. Dikatakan lebih murah karena dengan menggunakan setoran awal minimal Rp. 1000.¹⁵

Manusia (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa. Elemen-elemen dari *people* yaitu *customer* perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.¹⁶ Bukti fisik (*physical evidence*) merupakan salah satu unsur yang paling penting dalam penawaran produk perusahaan dengan menawarkan bukti fisik produk yang berupa brosur, seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu yang nyaman dan beberapa fasilitas lainnya yang berperan penting dalam membuat pelanggan percaya akan kesungguhan sebuah perusahaan dalam

¹⁴ Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

¹⁵ Ekawati Rahayu Ningsih, Perempuan dalam Strategi Komunikasi (Yogyakarta: Idea Press, 2009), 27.

¹⁶ Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 62

memasarkan produknya.¹⁷ Dan yang terakhir adalah proses (*process*) adalah gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan kepada nasabah.¹⁸

Tabungan simpanan pelajar memiliki peminat menabung yang sangat relatif rendah sehingga perlu adanya pembaharuan strategi untuk mengatasi masalah yang terjadi. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman dan pengetahuan tentang produk tabungan simpanan pelajar di BSI KCP Ambulu Jember. Sehingga perlu diterapkan bauran pemasaran tersebut untuk menambah minat calon nasabah menabung menggunakan produk tabungan simpanan pelajar ini.

Adapun penelitian terdahulu yang dapat mendukung dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Binti Halimatus Solikhah¹⁹ yang mana menunjukkan hasil bahwa dalam strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) menghasilkan masyarakat kurang mengenal produk, kurangnya pengetahuan dan pemahaman produk tabungan simpanan pelajar (*SimPel*) dan juga pelayanan di teller bank kurang memuaskan. Selain itu penelitian terdahulu yang dapat mendukung dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Dian Aswari Nasution²⁰ yang mana

¹⁷ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 64.

¹⁸ *Ibid.*, 65.

¹⁹ Binti Halimatus Solikhah, "*Analisis Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Mojokerto Majapahit*", skripsi (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020).

²⁰ Dian Aswari Nasution, "*Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gatot Subroto Kota Jambi*", skripsi (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thata Saifuddin, 2021).

menunjukkan hasil bahwa strategi pemasaran dan pelayanan bank juga mempengaruhi kepercayaan dan ketertarikan calon nasabah untuk menabung.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, diketahui bahwa peneliti tertarik untuk mengetahui penerapan strategi bauran pemasaran Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember di tingkat SMP yang akan dituangkan dalam skripsi yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas, antara lain:

1. Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) oleh Bank Syariah KCP Ambulu?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu?
3. Bagaimana upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember untuk mengatasi kendala dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel)?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan, yaitu :

1. Untuk menganalisis strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu.
2. Untuk menganalisis kendala apa saja yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu.
3. Untuk menganalisis upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam kendala dalam penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat edukasi dan berguna sebagai referensi bagi beberapa pihak, adapun manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan, referensi dan bahan referensi bagi semua pihak yang berkepentingan yang ingin mempelajari ilmu yang relevan khususnya di bidang perbankan syariah, serta dapat digunakan sebagai sarana yang tepat untuk menambah pengetahuan dan pemahaman yang mendalam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan khazanah keilmuan dan pemahaman peneliti dalam hal strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) dan teori yang berkaitan.
- b. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat mengenai strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel)
- c. Bagi Akademik, diharapkan dapat menambah khasanah perpustakaan dengan tambahan referensi bagi penelitian selanjutnya, dengan melihat variabel manakah yang sesuai dengan teori dan bersifat signifikan. Variabel yang demikian layak menjadi variabel penelitian pada penelitian selanjutnya. Dan diharapkan dapat menambah referensi terutama bagi mahasiswa jurusan perbankan syariah.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Setelah penulis melakukan penelusuran, terdapat beberapa penelitian yang melakukan pembahasan mengenai strategi pemasaran. Berikut ini adalah penjelasan dari hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

Pertama, Widia Sasa Angela Putri dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru”. Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa

strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (Simpel) menggunakan bauran pemasaran dengan unsur 4P (*Product, Place, Price, dan Promotion*) terlaksana dengan baik disertai dengan kelebihan dalam produk tabungan simpanan pelajar dengan setoran awal yang ringan mulai dari Rp. 1000/hari, bebas biaya penarikan, dan bisa transfer di mesin ATM manapun bersama/prima. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan dari penelitian ini adalah dalam penelitian Widia Sasa Angela Putri membahas tentang strategi bauran pemasaran 4P, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan strategi bauran pemasaran 7P.²¹

Kedua, Eky Devita Putri dalam penelitian yang berjudul “Pemasaran Produk Simpanan Pelajar *Islamic Bank (SimPel IB)* Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang (KC) Sidoarjo Dalam Perspektif Pemasaran Islam”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan tim *marketing* Bank BRI Syariah KC Sidoarjo adalah strategi STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) dan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, dan promotion*). Setelah dilakukan penelitian ditemukan suatu temuan dimana kurangnya tenaga kerja di bagian pemasaran (*marketing*) sehingga kurang optimalnya pemasaran dari produk SimPel iB ini dan juga kurang tepatnya target pasar yang ditentukan oleh Bank BRI Syariah KC Sidoarjo, sehingga kurang berkembangnya produk SimPel iB di

²¹Widia Sasa Angela Putri, “*Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru*”, skripsi (Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019),

kalangan pelajar Sidoarjo. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Eky Devita Putri membahas tentang strategi STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) serta bauran pemasaran 4P dan pemasaran dalam perspektif islam, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar menggunakan strategi bauran pemasaran 7P.²²

Ketiga, Liana Sandora dalam penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang digunakan dalam memasarkan produk simpanan pelajar menggunakan *personal selling* dengan bersosialisasi ke sekolah atau menggunakan teknik presentasi. Serta menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan mutu dan keunggulan produk tabungan simpanan pelajar, kelemahan pada pelayanan atau fasilitas yang dimiliki, ancaman persaingan dengan bank konvensional atau bank syariah lainnya, dan peluang untuk bekerjasama dengan pihak sekolah di perkotaan atau pedesaan. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah Liana Sandora membahas tentang strategi promosi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu dan menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian ini

²²Eky Devita Putri, “Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Islamic Bank (SimPel IB) Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang (KC) Sidoarjo Dalam Perspektif Pemasaran Islami”, skripsi (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

menggunakan analisis 7P dan berlokasi di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember.²³

Keempat, Bernita Putri Meilistiya dalam penelitian yang berjudul, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Bank BRI Syariah KC Kedaton adalah *segmenting, targeting, dan positioning*, serta menerapkan 7 unsur bauran pemasaran. Berdasarkan dari laporan total pendapatan nasabah dari tahun ke tahun produk tabungan simpanan pelajar tidak sempurna berhasil karena pada tahun 2019 hanya sedikit jumlah nasabahnya. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar dan bauran pemasaran. Perbedaan penelitian ini adalah Bernita Putri Meilistiya juga membahas tentang strategi pemasaran STP (*segmentation, targeting, dan positioning*), sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi bauran pemasaran 7P.²⁴

Kelima, Tri Wulandari dalam penelitian yang berjudul “ Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) IB Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar yang diterapkan di Bank Syariah Mandiri KC Cilacap sudah dilaksanakan dengan baik dengan

²³Liana Sandora, “Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu”, skripsi (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021)

²⁴Bernita Putri Meilistiya, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton”, skripsi (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

menggunakan strategi pemasaran 7P yaitu: *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan strategi bauran pemasaran 7P. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Tri Wulandari membahas tentang strategi pemasaran di lokasi yang berbeda yaitu di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap, sedangkan penelitian ini berlokasi di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember.²⁵

Keenam, Dian Aswari Nasution dalam penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gatot Subroto Kota Jambi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KC Gatot Subroto Kota Jambi adalah periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan *personal selling*. Selain itu untuk meningkatkan nasabah dengan program yang sudah diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Subroto Kota Jambi seperti pemberian *reward* bagi sekolah yang mau bekerja sama dengan Bank Syariah Indonesia KC Subroto Kota Jambi. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Dian Aswari Nasution membahas tentang strategi pemasaran pada unsur promosi saja, sedangkan penelitian ini membahas tentang strategi bauran pemasaran 7P.²⁶

²⁵Tri Wulandari, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) IB Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap*”, skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021)

²⁶Dian Aswari Nasution, “*Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gatot Subroto Kota Jambi*”, skripsi (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thata Saifuddin, 2021)

Ketujuh, Dwi Cahyaningsih dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. BPR Eka Bumi Artha KPO Metro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan simpanan pelajar yang diterapkan oleh PT. BPR Eka Bumi Artha Kpo Metro sudah cukup sesuai dengan teori yang ada dengan mengimplementasikan analisis strategi pemasaran menggunakan 7P bauran pemasaran. Serta upaya meningkatkan pemasaran pada PT. BPR Eka Bumi Artha Kpo Metro yaitu mengelola dana nasabah dengan penuh tanggung jawab dan amanah dan menjaga hubungan baik dengan nasabah. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi bauran pemasaran 7P pada produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah peneliti Dwi Cahyaningsih melakukan penelitian di PT. BPR Eka Bumi Artha KPO Metro, sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.²⁷

Kedelapan, Binti Halimatus Solikhah dalam penelitian yang berjudul “Analisis Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Mojokerto Majapahit”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala dalam pemasaran produk tabungan SimPel seperti, masyarakat kurang mengenal produk tabungan SimPel, tidak ada fasilitas ATM, membutuhkan waktu yang lama untuk penarikan tunai di Teller. Maka

²⁷Dwi Cahyaningsih, “*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. BPR Eka Bumi Artha KPO Metro*”, skripsi (Metro: Universitas Agama Islam Negeri Metro, 2018)

dari itu BRI Syariah KCP Mojokerto Majapahit menggunakan strategi bauran pemasaran seperti meningkatkan sosialisasi agar produk lebih bisa dikenal oleh masyarakat dan juga meningkatkan kualitas fasilitas ATM. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Binti Halimatus Solikhah menggunakan strategi bauran pemasaran 4P, sedangkan penelitian ini menggunakan strategi bauran pemasaran 7P.²⁸

Kesembilan, Danes Mahendra dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian dan Upaya Peningkatan Nasabah di BRI Syariah KCP Metro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode pendekatan kualitatif dengan strategi pemasaran tabungan impian dan upaya meningkatkan minat nasabah menggunakan strategi pemasaran 4P bauran pemasaran. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi bauran pemasaran menggunakan strategi 4P. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Danes Mahendra membahas tentang produk tabungan impian.²⁹

Kesepuluh, Siti Imaniatul Muflihatin, Nursamsi dan M. Khoirul Muttaqin dalam jurnal penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

²⁸Binti Halimatus Solikhah, “Analisis Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Mojokerto Majapahit”, skripsi (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020)

²⁹Danes Mahendra Edo Fadli, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian dan Upaya Peningkatan Nasabah di BRI KCP Metro”, skripsi (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018)

strategi yang diterapkan oleh PD. BPR Bank Daerah Lamongan adalah bauran pemasaran dan SWOT. Berdasarkan dari kesimpulan jurnal penelitian strategi pemasaran pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan telah pada jalur yang tepat dengan terus melakukan strategi agresif untuk meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan simpanan pelajar. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Siti Imaniatul Muflihatin dkk melakukan penelitian di tempat yang berbeda yaitu di PD. BPR Bank Daerah Lamongan, sedangkan peneliti melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.³⁰

Kesebelas, Khotimatus Sa'diyah, Wiwik Hasbiyah AN, dan Zaldy Suhatman dalam jurnal penelitian yang berjudul “ Analisis Strategi Pemasaran Syariah Di Bank BSI KC Ciputat”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BSI KC Ciputat menggunakan bauran pemasaran dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar. Berdasarkan kesimpulan teknologi *marketing* BSI KC Ciputat melalui pemanfaatan media elektronik dan media sosial serta strategi pemasaran BSI KC Ciputat untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mendatangi nasabah secara langsung untuk bekerjasama. Melalui kajian SWOT BSI KC Ciputat berada pada level tumbuh dan berkembang didukung strategi yang agresif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti menggunakan strategi

³⁰Siti Imaniatul Muflihatin, Nursamsi & M Khoirul Muttaqin, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan”, Volume 9, Nomor 2, (2021)

bauran pemasaran. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Khotimatus Sa'diyah, Wiwik Hasbiyah AN, dan Zaldy Suhatman melakukan penelitian di BSI KC Ciputat dan menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian ini menggunakan bauran pemasaran dan melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.³¹

Kedua belas, Desy Dwi Sulastriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika dalam jurnal penelitian yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran 4P dapat menjadi alat bantu lembaga keuangan syariah untuk dapat menarik minat masyarakat dalam menentukan dimana para pedagang akan melakukan pinjaman sumber modal usaha serta meningkatkan kepercayaan masyarakat. Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang strategi bauran pemasaran. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Desy Dwi Sulastriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika membahas strategi bauran pemasaran 4P dan subjeknya untuk modal usaha pedagang pasar, sedangkan penelitian ini menggunakan strategi bauran pemasaran 7P dan subjeknya di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.³²

Ketiga Belas, Nurul Arifka dalam penelitian yang berjudul “Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus Sambel Layah Arcawinangun”. Hasil penelitian menunjukkan

³¹Khotimatus Sa'diyah, Wiwik Hasbiyah AN & Zaldy Suhatman, “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Di Bank BSI KC Ciputat”, Volume 5, Nomor 2, (2022)

³²Desy Dwi Sulastriya Ningsih & M. Ruslianor Maika, “Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo”, Volume 6, Nomor 3, 2020

bahwa penerapan strategi bauran pemasaran 7P pada RM Sambel Layah Arcawinangun dalam meningkatkan penjualan yaitu melakukan kegiatan perbaikan produk, promosi, tempat, harga, proses, SDM, dan bukti fisik³³. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi bauran pemasaran 7P. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Nurul Arifka melakukan penelitiannya di sambel layah arcawinangun, sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

Keempat Belas, Rizki Ramadhan dalam penelitian yang berjudul “Strategi *Marketing Mix* Guna Mengoptimalkan Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi *marketing mix* diterapkan secara baik tetapi ada salah satu variabel yang kurang optimal yaitu promosi secara *personal selling*. Tetapi untuk variabel yang lainnya diterapkan dengan optimal³⁴. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan strategi *marketing mix*. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Rizki Ramadhan membahas tentang produk pembiayaan pensiun, sedangkan penelitian ini membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar.

Kelima Belas, Juraidah dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel IB Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang

³³Nurul Arifka, “*Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun*”, skripsi (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto), 2021

³⁴Rizki Ramadhan, “*Strategi Marketing Mix Guna Mengoptimalkan Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro*“, skripsi (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)

diterapkan Bank Syariah Bukopin Cabang Medan diterapkan secara baik dengan cara memberikan persentase ke sekolah-sekolah agar tercipta kerjasama antara pihak bank dengan sekolah, membagikan brosur atau iklan yang menarik, dan penjualan pribadi yang dapat dilakukan oleh seluruh pegawai mulai dari *cleaning service*, satpam, sampai pejabat bank³⁵. Persamaan penelitian adalah sama-sama membahas tentang produk tabungan simpanan pelajar. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian Juraidah melakukan penelitian di Bank Syariah Bukopin Cabang Medan, sedangkan penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

Meskipun sudah banyak penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran, namun penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan subjek penelitian, yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian yang akan penulis teliti berfokus pada Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ambulu.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *field research* atau penelitian yang dilakukan di lapangan. Penelitian lapangan pada hakikatnya merupakan metode untuk menemukan

³⁵Juraidah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel IB Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan*, Skripsi (Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018)

secara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat ditengah masyarakat.³⁶ Jadi penelitian ini dilakukan secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember untuk memperoleh data yang valid mengenai pelaksanaan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) dan kendala yang dialami dari pelaksanaan strategi bauran pemasaran tersebut.

b. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh secara kuantitatif, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah dan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata baik tertulis maupun lisan.³⁷ Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) Di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember serta kendala dari pelaksanaannya.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti di lapangan mutlak diperlukan. Oleh sebab itu kehadiran peneliti tidak dapat diwakilkan oleh orang lain. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data

³⁶Kartini Kartodo, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), Cet.7, 32.

³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 233.

dengan cara wawancara dan dokumentasi untuk mengeksplorasi terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menghubungi langsung kepada subjek penelitian yaitu informan yang berasal dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Jember Ambulu.

3. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Lokasi penelitian ini merupakan tempat dimana proses peneliti memperoleh pemecahan masalahnya secara langsung. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan yang baik, menarik, unik dan kesesuaian dengan topik yang dipilih. Untuk itu suatu lokasi penelitian dipertimbangkan melalui mungkin tidaknya untuk dimasuki dan dikaji lebih mendalam. Dengan pemilihan lokasi ini, peneliti diharapkan menemukan hal-hal yang bermakna dan baru.³⁸

Penelitian ini dilakukan di Ambulu tepatnya di Kantor Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jl. Ahmad Yani No. 59, Krajan, Kec. Ambulu, Kab. Jember, Jawa Timur 68172. Peneliti melakukan penelitian di bank tersebut dikarenakan lokasi yang strategis di ujung kota dan dekat dengan pusat kegiatan masyarakat (pasar, alun-alun dan sekolah), yang mengharuskan proses strategi pemasaran untuk memperluas jaringannya di berbagai tempat selain masyarakat yang berada di daerah tersebut.

³⁸T. Heru Nurgiansah, *Pengembangan Kesadaran Hukum Berlalu Lintas Siswa Melalui Model Pembelajaran Jurispiritual Dalam Pendidikan kewarganegaraan*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2018). 63.

4. Data dan Sumber Data

a. Data

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang terdiri dari:

a) Data adalah fakta, informasi atau keterangan yang merupakan bahan baku penelitian yang digunakan sebagai bahan pemecah masalah atau mengungkapkan suatu gejala.³⁹ Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui wawancara dan observasi manajer, staf, dan karyawan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember tentang strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB dan terkait kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) iB di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

b. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini agar data yang diperoleh merupakan data yang konkret serta ada ketertarikan dengan masalah yang dibahas, yaitu:

a) Sumber Primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti yaitu berupa dokumen

³⁹ Andi Prastowo, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Ar-Ruz Media, 2015). 20

yang responden, dengan instrumen yaitu wawancara dan dokumentasi.

Dengan demikian yang menjadi data dalam penelitian ini adalah keterangan wawancara peneliti dengan pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi sifatnya tidak terbatas pada orang, akan tetapi juga obyek-obyek alam lain. Observasi yang dilakukan dengan cara mengamati/nonpartisipan.⁴⁰ Observasi yang dilakukan peneliti di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam rangka memperoleh data dengan melihat objek dan mengamati secara langsung, sehingga dapat memperoleh data yang meyakinkan.

b. Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk mendapatkan informasi dari yang diwawancarai.⁴¹ Dalam metode ini, wawancara digunakan untuk melakukan wawancara langsung antara peneliti dan responden untuk

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

⁴¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), Edisi Revisi II, 126.

memperoleh data. Teknik pengumpulan data ini mengumpulkan informasi dengan mengajukan serangkaian pertanyaan secara lisan dengan beberapa karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya. Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data berupa catatan-catatan atau dokumen lain yang ada hubungannya dengan masalah penelitian ini.⁴² Dalam penelitian ini dokumen yang dimaksud didapat dari Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, yakni melalui penggalian data yang berhubungan dengan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dan kendala yang dihadapi saat pelaksanaannya.

6. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Teknik yang digunakan dalam mengecek data pada penelitian ini adalah dengan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengecekan keabsahan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data, sehingga peneliti mengambil triangulasi sumber data

⁴²Samsu, *Metode Penelitian*, (Jambi: PUSAKA JAMBI, 2017), Cet.1, 98.

dalam menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data dengan berbagai teknik pengumpulan data⁴³.

Pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data, teknik dan waktu pengumpulan data berupa informasi yang digali melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang peneliti lakukan secara langsung di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam waktu yang berbeda. Triangulasi sumber peneliti lakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara dari beberapa sumber yang berbeda untuk mendapatkan data yang sama.

Peneliti melakukan wawancara kepada *Branch Manager*, *BOSM*, *Customer Service* dan *Teller*. Sedangkan triangulasi teknik peneliti lakukan dengan mengumpulkan data dari sumber yang sama dengan cara yang berbeda. Peneliti melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi secara serentak untuk mendapatkan data yang sama.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode induktif. Analisis data induktif adalah suatu analisa dengan cara mengambil kesimpulan berdasarkan pada deskripsi data dari kenyataan yang terjadi di lapangan serta mengaitkannya dengan teori yang ada secara runtut.⁴⁴ Dengan demikian penarikan kesimpulan pada penelitian ini menggunakan metode induktif, yang diawali dengan mengungkap

⁴³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, 125.

⁴⁴Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Kedua*" (Bandung: Alfabeta, 2019), 79.

fenomena khusus berkaitan dengan strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel). Kemudian dianalisis menggunakan teori sehingga dapat ditarik kesimpulan yang bersifat umum (*general*).

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam proposal ini disusun untuk mempermudah penulisan penelitian oleh peneliti. Serta dapat mempermudah pembaca memahami penelitian secara sistematis, maka adanya sistematika pembahasan dari awal hingga akhir sangat diperlukan. Sistematika penulisan ini dibagi menjadi 5 bagian, yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang hal-hal atau permasalahan yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian ini. Selanjutnya terdapat rumusan masalah yaitu bagian penting yang menjadi panduan utama bagi peneliti untuk melakukan kajian penelitian. Kemudian terdapat tujuan dan manfaat penelitian, pada bagian ini dijelaskan harapan dan kebermanfaatan hasil temuan dari penelitian yang telah dilaksanakan. Setelah itu terdapat studi terdahulu sebagai referensi atau berisi penelusuran terhadap literatur yang berkaitan dengan objek penelitian. Bagian akhir pada bab ini adalah metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang menjelaskan kajian teori dari para ahli, yang selanjutnya digunakan untuk memperkuat rencana dan gambaran penelitian yang terdapat pada bagian rumusan masalah. Pada bagian ini berisi tentang definisi strategi, tahapan strategi dan strategi bauran pemasaran.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang paparan data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan berupa segala informasi yang berkaitan dengan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yang terdiri dari profil Bank Syariah Indonesia, visi dan misi, struktur organisasi, produk dan layanan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dan Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel). Pada penjabaran data dan selanjutnya juga akan diuraikan mengenai strategi bauran pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran pemasaran di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, dan upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data dan analisis penelitian. Kemudian analisis data berisi tentang strategi bauran pemasaran di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi bauran pemasaran di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, dan upaya Bank

Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam penerapan strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang beberapa kesimpulan pembahasan dan saran dalam penelitian yang dikemukakan secara jelas.



BAB II
KAJIAN TEORI
STRATEGI BAURAN PEMASARAN

A. Strategi Bauran Pemasaran

1. Definisi Strategi

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ilmu siasat perang. Siasat atau akan untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan.¹ Strategi merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani *Strategia* atau *Strategos* yang berarti jenderal. Strategi juga memiliki konotasi pengertian sebagai suatu seni (*art*) dan ilmu (*science*) tentang pengendalian militer.² Strategi adalah penentu jangka panjang perusahaan, menentukan tindakan dan pertimbangan sumber informasi untuk mencapai tujuannya. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dan musuh. Dengan menggunakan strategi yang baik adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif.³

Strategi direncanakan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan dalam dan di luar perusahaan. Artinya, strategi menunjukkan faktor-faktor mana yang harus mendapatkan perhatian utama untuk

¹Ali Muhammad, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1996), 462.

²M. Irhas Effendi & Titik Kusmantini, *Manajemen Strategi : Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta, 2021), 6.

³Michael Amstrong, *Strategi Ilmu Resource Manajemen*, (Jakarta: PT Gramedia, 2009), 38.

mencapai tujuan yang diinginkan.⁴ Strategi juga 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 dicapai. Strategi disusun pada dasarnya untuk membentuk *response* terhadap perubahan eksternal yang relevan dari suatu organisasi. Perubahan eksternal tentunya akan dijawab dengan memperhatikan kemampuan internal dari suatu organisasi. Sampai seberapa jauh suatu organisasi dapat memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman dari luar untuk memperoleh manfaat yang maksimal dengan mendayagunakan keunggulan organisasi yang dimiliki pada saat ini.⁵

2. Tahapan Strategi

Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:⁶

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi, yang meliputi:

- 1) Pengembangan visi dan misi
- 2) Identifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman
- 3) Menganalisis kekuatan dan kelemahan internal
- 4) Merumuskan tujuan jangka panjang

⁴ George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), 58.

⁵ H. Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, "*Manajemen Strategi*" (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016), 3.

⁶ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Surakarta: Aswaja Pressindo, 2019).

- 5) Menghasilkan strategi alternative
 - 6) Memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan
- b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan anggaran mengembangkan sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

- c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih. Metode laporan analisa bisa diterapkan dalam periode tahunan, bulanan atau mingguan, supaya segala penyimpangan dapat dievaluasi dan diperbaiki kinerjanya dengan harapan, segala sesuatu yang telah di rencana dapat berjalan dengan semestinya.

3. Strategi Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah salah satu konsep utama dalam pemasaran modern, menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai perangkat atau alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁷ Dalam kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut

⁷Philip Kotler dan Gary Armstrong, Dasar-Dasar Pemasaran, (Jakarta: Prenhallindo,1997), 48

bauran pemasaran (*Marketing Mix*). *Marketing Mix* digunakan untuk melakukan penetrasi pasar, dimana untuk menembus pasar diperlukan beberapa strategi terhadap masing-masing komponen yang terdiri atas *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat Atau Saluran Distribusi), dan *Promotion* (Promosi), yang dalam perkembangannya kini, telah mengalami penambahan lagi menjadi: *People* (Orang), *Physical Evidence* (Barang Bukti), Dan *Process* (Proses).⁸ Secara sederhana, bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses.⁹

Berdasarkan definisi diatas, bahwa *marketing mix* (bauran pemasaran) merupakan unsur suatu program pemasaran yang dikendalikan perusahaan untuk mengontrol pasar sasaran yang diinginkan. Kegiatan-kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya seefektif mungkin dan produk yang dikembangkan dapat mendapatkan hasil yang maksimal. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Berikut ini akan dijelaskan secara singkat mengenai masing-masing unsur dari bauran pemasaran yang saat ini telah berkembang menjadi 7P, produk (*product*), harga (*price*), tempat

⁸Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Malang:Bayumedia Publishing,2004), hal.18

⁹Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013),

(*place*), promosi (*promotion*), manusia (*people*), bukti fisik (*physical Evidence*), dan proses (*process*).

a. Produk (*product*)

Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan dan keinginan orang. Produk yang ditawarkan meliputi; barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan kemampuan.¹⁰ Dalam hal produk perlu diperhatikan kualitas, layanan dan lainnya karena konsumen ketika membeli bukan hanya sekedar ingin tapi juga membutuhkan dan harus diperhatikan pula kepuasan konsumen terhadap produk yang kita tawarkan. Kualitas produk sebaiknya ditentukan oleh bagaimana pelanggan memandang produk tersebut.

Produk juga dapat dikatakan sebagai suatu kombinasi yang kompleks dari barang, jasa, dan ide. Oleh karena itu dalam proses menentukan keputusan-keputusan yang akan diambil oleh pemasar mengenai produknya harus dilakukan secara teliti dan tepat agar mampu mencapai target pasar. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dari keinginan pasarnya yang didapat salah satunya dengan riset pasar. Jika masalah ini telah diselesaikan, maka keputusan selanjutnya mengenai harga (*price*), tempat, dan promosi yang diambil.¹¹

¹⁰Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Alvabeta, 2010), 22.

¹¹Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 15.

Karena produk bank merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam menjalankan bisnisnya bank perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:¹²

- 1) Kuantitas karyawan dalam melayani nasabah
 - 2) Kualitas yang disajikan oleh para karyawan terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya
 - 3) Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah
 - 4) Kemasan atau bentuk jasa yang diberikan
 - 5) Merk bagi setiap jasa yang ditawarkan
 - 6) Adanya jaminan terhadap jasa yang diberikan
- b. Harga (*price*)

Harga pada dasarnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Harga suatu produk atau jasa ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut. Menurut Kasmir, harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.¹³

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam suatu penetapan harga antara lain biaya, keuntungan harga yang ditetapkan oleh pesaing dan perubahan keinginan pasar. Kebijakan harga

¹²Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 216-221

¹³Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 175.

menyangkut mark-up (tingkat persentase kenaikan harga atau tingkat keuntungan yang diinginkan), markdown (tingkat persentase penurunan harga), potongan harga termasuk berbagai macam bentuk dan besaran persentasenya, bundling (penjualan produk secara paket), harga pada waktu-waktu tertentu (intertemporal pricing), komisi yang diterima marketing, dan metode penetapan harga lainnya yang diinginkan oleh perusahaan terkait dengan kebijaksanaan strategi pemasaran.¹⁴

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai yang ditetapkan oleh penjual yang harus dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah barang atau jasa serta pelayanannya.

c. Tempat (*place*)

Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Tempat (*place*) dimaksud bukan hanya tempat, tetapi juga pendistribusiannya. Lebih tepatnya, *place* adalah cara kita menyampaikan produk kepada target market. Lokasi usaha yang strategis juga akan berperan sebagai tempat promosi. Definisi lokasi mengenai distribusi adalah bagaimana produk didistribusikan atau ditransaksikan kepada pemakai.¹⁵

¹⁴Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung : Alfabeta, 2012),14.

¹⁵Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta:Salemba Empat, 2003), 110.

Yang perlu diperhatikan dari keputusan mengenai tempat yaitu:

- 1) Sistem transportasi perusahaan
- 2) Sistem penyimpanan
- 3) Pemilihan saluran distribusi

Bagi perbankan, pemilihan lokasi sangat penting, dalam lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk peletakan mesin ATM bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju berikut yang sesuai dengan *core business* dari perusahaan.¹⁶

d. Promosi (*promotion*)

Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Dalam hal ini perusahaan harus mempekerjakan, melatih sekaligus memotivasi pegawainya dengan baik dan benar.¹⁷ Suatu produk sebarangpun manfaatnya tetapi jika tidak dikenal oleh masyarakat, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh masyarakat atau konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha mempengaruhi para konsumen. Usaha tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari acuan atau bauran pemasaran.¹⁸

¹⁶Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010, 16.

¹⁷Ekawati Rahayu Ningsih, *Perempuan dalam Strategi Komunikasi* (Yogyakarta: Idea Press, 2009), 27.

¹⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010), 239.

Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.¹⁹ Promosi juga dapat digunakan dalam jangka panjang untuk mempertahankan pangsa pasarnya serta meningkatkan penjualan. Strategi promosi harus dilakukan dengan baik, seperti pemilihan media dan waktu tayang, sehingga informasi dapat tepat pada calon nasabah yang dituju. Secara garis besar sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan secara umum adalah, sebagai berikut:

1) Iklan (*advertising*)

Menurut Kasmir, iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabah, pengguna promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti pemasangan billboard di pinggir jalan, pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk di lokasi yang strategis, pemasangan iklan melalui media cetak dan digital, dan menggunakan media lainnya.²⁰

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan kegiatan bank dalam menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian

¹⁹Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015), 60.

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 247.

rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya.²¹ Bagi perusahaan promosi penjualan (*sales promotion*) dapat dilakukan melalui pemberian harga khusus kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu, pemberian cendera mata serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal, promosi dan penjualan yang lainnya.²²

3) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, penjualan personal adalah alat paling efektif pada tahap proses pembelian selanjutnya, terutama dalam membentuk preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli²³. *Personal selling* juga dilakukan dengan kontak langsung dengan para nasabah maupun calon nasabahnya. Dengan melakukan kontak langsung diharapkan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara bank dan nasabah maupun calon nasabahnya. Yang termasuk dalam kategori ini adalah *door to door*, telepon, pesan, dll.

e. Manusia (*people*)

People (orang) adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara

²¹Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001), 205-216

²²Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2003), 60.

²³Kevin Lane Keller Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, ed 13*. (Jakarta: Erlangga, 2008), 192.

berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*). Elemen-elemen dari *people* yaitu customer perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Pelanggan sering menilai jasa yang diterima berdasarkan penilaian terhadap orang-orang yang menyediakan jasa. Variabel *people* dapat diukur melalui kegiatan untuk karyawan mulai dari:²⁴

- 1) *Employees*, pembagian kerja dapat dikatakan sebagai analisis jabatan yang merupakan suatu kegiatan atau aktivitas untuk menentukan posisi pekerjaan yang tepat bagi karyawan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan.
- 2) *Recruiting*, proses menarik serta memilih seorang karyawan yang memenuhi syarat sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 3) *Training*, pelatihan dapat digambarkan sebagai sebuah proses dimana orang memperoleh keterampilan yang dapat membantu mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.
- 4) *Motivation*, motivasi dapat dikatakan sebagai suatu dorongan atau kehendak yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dan mencapai tujuan tertentu. Abraham Maslow mendefinisikan teori motivasi yang berkembang pada tahun 40-

²⁴Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 62.

an yang intinya berkisar pada pendapat bahwa manusia mempunyai lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yakni²⁵:

- a) Kebutuhan fisiologikal seperti kebutuhan sandang, pangan, dan papan.
 - b) Kebutuhan keamanan, bukan hanya dalam arti fisik akan tetapi juga mental, psikologikal serta intelektual
 - c) Kebutuhan sosial
 - d) Kebutuhan status
 - e) Aktualisasi diri, dalam hal ini memiliki arti tersedianya peluang bagi seseorang untuk dapat mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata
- 5) *Reward*, penghargaan dapat dikatakan sebagai hadiah yang diberikan kepada seseorang atas kemampuan prestasi yang diraihny dalam perusahaan.
- 6) *Customer*, faktor lain yang mempengaruhi hubungan antar pelanggan dapat memberikan persepsi kepada konsumen lain tentang kualitas layanan yang akan mereka terima dari perusahaan.
- 7) *Education*
- f. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

²⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 62.

Salah satu unsur yang paling penting dalam penawaran produk perusahaan adalah dengan menawarkan bukti fisik produk. Bukti fisik adalah bentuk nyata dari kualitas jasa dalam wujud fitur yang dapat dilihat pelanggan seperti brosur, seragam karyawan, kualitas komunikasi, ruang tunggu yang nyaman, dan beberapa fasilitas lainnya yang berperan penting dalam membuat pelanggan percaya akan kesungguhan sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya. Fasilitas fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.²⁶

g. Proses (*Process*)

Proses adalah semua alur kegiatan yang ada dalam aktivitas untuk menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses yang terjadi meliputi kecepatan, kemudahan, ketepatan, respon ataupun tanggapan variabel ini sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencegah dan sadar terhadap permintaan pasar yang kadang cenderung berubah-ubah untuk itu kecakapan dan ketepatan dalam memperhatikan permintaan pasar melakukan antisipasi guna perbaikan kedepan²⁷. Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan kepada nasabah, prosedur

²⁶Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 64.

²⁷Ibid., 65.

pelaksanaan, mekanisme kerja. Alur pelayanan nasabah dan hal-hal lain yang bersifat rutin.



BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Profil Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.¹

¹ Sejarah Perusahaan, dalam <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (di akses pada tanggal 5 Februari 2023, jam 15.05).

Pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Jokowi meresmikan PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Pendirian Bank Indonesia untuk Lembaga Keuangan Syariah merupakan wujud komitmen pemerintah untuk memajukan ekonomi syariah sebagai pilar ekonomi nasional batu yang akan mengangkat Indonesia menjadi satu-satunya pusat keuangan syariah. Bank Syariah Indonesia juga merupakan penggabungan (*merger*) dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank Syariah Mandiri. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah Indonesia yang modern, lebih inovatif, bermanfaat, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Alamin). Sehingga dapat menjadi bagian dari motto pembangunan Indonesia.²

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan melalui surat yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Nomor penerbitan surat: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 menerbitkan kuasa untuk menggabungkan tiga PT bank (PT Bank BRI Syariah, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank Syariah Mandiri) dan tentang persetujuan

² Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia, Tbk, dalam <https://www.markombur.com/2021/02/sejarah-singkat-pt-bank-syariah.html>, (diakses pada tanggal 5 Februari 2023, jam 15.15).

perubahan nama menggunakan Izin Usaha Syariah Tbk menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk hasil penggabungan. Dengan dikeluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi Bank Syariah Indonesia untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari tiga bank pembentuknya.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember mempunyai visi dan misi sebagai berikut:³

a. Visi

“Menjadi Top 10 Global Islamic Bank”

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menjadi bank terbesar di dunia dengan memberikan suku bunga terbaik kepada investor.
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

³ Sejarah Perusahaan, dalam <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (di akses pada tanggal 5 Februari 2023, jam 15.05)

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sebagai berikut:

Tabel 3.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember

Branch Manager	Endhit Bharata Wardhani
Branch Operation & Service Manager	Nimas Ria Anggraini
Consumer Business & Relation Manager	Hudan Ahsani
Consumer Business Staff	Arief Setiawan
Sales Force	Wahyu dan Budi
Teller	Sandy Farizky
Customer Service	Miaria Anita Sartika Sari
Back Office	Nurul Fatimah
Security	A Nizar Djamil, Sukardi dan Ahmad Supriyadi
Office Boy (OB)	Agus Hariyanto
Driver	Andi Kurniawan

Sumber : Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember⁴.

⁴ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023

4. Job Deskripsi Jabatan

a. *Branch Manager*

Tugas Pimpinan Branch Manager:

- 1) Mengawasi keseluruhan kegiatan di dalam bank baik dalam pembiayaan maupun survey ke nasabah.
- 2) Mengawasi dan koordinasi tugas-tugas operasional.
- 3) Melakukan kegiatan pemasaran di bank untuk memaksimalkan keuntungan bank.
- 4) Memantau kegiatan operasional perusahaan.
- 5) Memperbaiki prosedur manajemen risiko operasional.

b. *Branch Operational Service Manager (BOSM)*⁵

- 1) Menegembangkan kerangka kerja dan anggaran perusahaan segera atau masa depan.
- 2) Bertanggung jawab kepada Pimpinan Cabang atas tugas dan tanggung jawabnya.
- 3) Menjaga kewaspadaan terhadap prosedur operasional.
- 4) Menandatangani bukti-bukti pembukuan antara lain nisbah deposito, nisbah tabungan, dan nota-nota lainnya.

c. *Customer Business Retail Manager (CBRM)*

- 1) Mencari debitur yang membutuhkan kartu kredit (naik perorangan maupun bisnis).
- 2) Memeriksa setiap dokumen dari calon debitur.

⁵ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023

- 3) Menganalisa calon debitur secara detail.
 - 4) Menempatkan debitur di bawah naungan bank tempatnya bekerja.
- d. Teller
- 1) Menangani transaksi nasabah seperti setor tunai, pengiriman uang, dan penukaran valuta asing.
 - 2) Menghitung dan merekonsiliasi transaksi yang terjadi dalam sehari untuk menghindari kesalahan.
 - 3) Membuat setiap pengunjung merasa diterima dan nyaman.
- e. *Customer Service* (CS)
- 1) Memberikan informasi yang diinginkan konsumen mengenai suatu produk selengkap mungkin.
 - 2) Melayani pertanyaan-pertanyaan yang diajukan nasabah.
 - 3) Melakukan penanganan terhadap keluhan-keluhan yang disampaikan oleh nasabah.
 - 4) Melaksanakan administrasi tabungan seperti kartu tabungan, buku tabungan, rekening, kode rekening, dan catatan lain yang diperlukan.
 - 5) Melakukan pengelolaan simpanan berupa aplikasi simpanan, kartu simpanan, slip setoran dan catatan lain yang diperlukan.
- f. *Back Office*⁶
- 1) Bertanggung jawab dalam mengelola keuangan.

⁶ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023

- 2) Melakukan pemantauan atau pengecekan terkait permintaan atau pemasaran.
 - 3) Membuat laporan penjualan dan pemasaran.
 - 4) Tegas dalam menghadapi pengurusan berkas pembelian.
- g. *Core Banking System (CBS)*
- 1) Mencatat semua transaksi yang terjadi pada rekening nasabah, baik yang berupa simpanan, KPR maupun transaksi pembayaran.
 - 2) Melayani semua nasabah dengan kebutuhan yang berbeda seperti pinjaman, pinjaman dan deposito.
- h. *Sales Force*
- 1) Memasarkan produk perbankan.
 - 2) Bertanggung jawab atas kegiatan penghimpunan dana.
 - 3) Melakukan survei dan pendataan jenis produk yang sesuai dengan calon nasabah.
- i. *Security*
- 1) Petugas dalam transaksi keuangan di luar.
 - 2) Bertanggung jawab atas keamanan di lingkungan perusahaan.
- j. *Office Boy (OB)*⁷
- 1) Bertanggung jawab atas kebersihan, kerapihan dan kenyamanan lingkungan kerja, dan menjaga citra perusahaan kami di masyarakat.

⁷ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023

- 2) Membuat penyampaian untuk kelancaran surat-surat.

k. *Driver*

- 1) Menemani pekerja kantoran dalam kunjungan mereka.
- 2) Melakukan pemeliharaan kendaraan investasi kantor.

5. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ambulu Jember⁸

a. Tabungan

1) BSI Tabungan Valas

Tabungan valas merupakan penyetoran dalam mata uang dolar, dan penyetoran dapat dilakukan setiap saat atau sesuai dengan peraturan bank.

2) BSI Tabungan Haji Indonesia⁹

Tabungan haji Indonesia merupakan tabungan haji dan umrah yang berlaku untuk semua golongan umur, berdasarkan prinsip syariah dan akad Wadiah dan Mudharabah.

3) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan easy mudharabah merupakan jenis tabungan yang menggunakan akad mudharabah, yang memungkinkan dana yang diinvestasikan di rekening bank syariah dialihkan ke sektor-sektor yang telah ditetapkan halal.

⁸ <https://www.bankbsi.co.id>, (diakses tanggal 5 Februari 2023).

4) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka mengedukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

5) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad mudharabah muthlaqah yang menggunakan mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen pengusaha dengan limit transaksi harian yang lebih besar.

6) BSI TabunganKu¹⁰

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk individu dengan kebutuhan sederhana dan ringan diterbitkan bersama oleh bank-bank di Indonesia untuk mempromosikan budaya menabung dan meningkatkan kebahagiaan masyarakat.

7) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan pensiun merupakan tabungan yang memiliki pilihan akad wadiah yad dhamanah atau mudharabah muthlaqah diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di lembaga pengelola pensiun yang telah bekerja sama dengan bank.

¹⁰ <https://www.bankbsi.co.id> (diakses tanggal 5 Februari 2023).

8) BSI Tabungan Smart

Tabungan smart merupakan salah satu jenis tabungan yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat dan telah diakui oleh OJK atas nilai literasi finansialnya.

9) BSI Tabungan Prima

Tabungan prima merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi segmentasi nasabah dengan kalangan yang lebih tinggi dan memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan.

10) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan efek syariah merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di pasar modal.

b. Pembiayaan¹¹

1) *Bilateral Financing* yaitu pembiayaan bilateral, atau penjualan barang, jasa, atau pinjaman kepada bank atau lembaga keuangan lainnya, dalam atau luar negeri, oleh lembaga keuangan.

2) BSI *Cash Collateral*, merupakan sarana pembiayaan dengan agunan tunai yang dijamin dengan simpanan berupa deposito berjangka, giro atau tabungan.

3) BSI *Distributor Financing*, merupakan suatu bentuk pembiayaan pasca (talangan untuk membayar lebih cepat dari tagihan biasa untuk pekerjaan yang telah selesai) yang diberikan kepada

¹¹ <https://www.bankbsi.co.id> (diakses tanggal 5 Februari 2023).

pemasok yang diakui sebagai Pemasok Khusus yang menggunakan bouwheer untuk menjalankan usahanya, dengan faktur dari bouwheer yang berfungsi sebagai sumber dana utama untuk pembiayaan.

- 4) BSI Griya Hasanah, merupakan jasa layanan pembiayaan kepemilikan rumah.
- 5) BSI Griya Mabur, merupakan pembiayaan kepemilikan rumah berhadiah porsi haji.
- 6) BSI Griya Simuda, merupakan layanan pembiayaan ekuitas rumah yang memungkinkan kaum muda untuk memiliki rumah impian dengan plafon keuangan yang lebih tinggi dan pembayaran bulanan yang rendah.
- 7) BSI KPR Sejahtera, merupakan fasilitas untuk keperluan konsumen yang memungkinkan pemenuhan kebutuhan subsidi pemerintah sesuai syariat Islam.
- 8) BSI KUR Kecil, merupakan sarana yang digunakan oleh usaha kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan investasi dan lapangan kerja dengan plafon 50 juta sampai dengan 500 juta rupiah.
- 9) BSI KUR Mikro, merupakan fasilitas yang digunakan oleh usaha kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan investasi dan lapangan kerja dengan plafon Rp. 10 juta menjadi Rp. 50 juta.

- 10) BSI KUR Makro, merupakan fasilitas yang digunakan oleh usaha kecil menengah untuk memenuhi kebutuhan mereka akan investasi dan lapangan kerja dengan plafon Rp. 10 juta.¹²
- 11) BSI Mitra Beragun Emas (*Non Qardh*), merupakan pembiayaan menggunakan akad Murabahah atau Musyarakah Mutanaqishah dan Ijarah untuk mendanai konsumsi dan produksi, terkait dengan akad Rahn dimana emas yang dijaminkan disimpan di bank selama jangka waktu tertentu.

6. Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)

Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) dengan akad Wadiah Yad Dhamanah (titipan) merupakan tabungan untuk pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah di Indonesia dengan persyaratan mudah dan fitur yang sederhana serta menarik dalam rangka memberikan edukasi perbankan untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.¹³

Produk tabungan simpanan pelajar ditujukan pada sekolah negeri maupun swasta karena program ini bertujuan untuk bisa memberikan edukasi bagi anak-anak untuk belajar menabung sejak dini, dan juga memberikan edukasi tentang produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) bagi orang tua murid dan sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru.

¹² <https://www.bankbsi.co.id> (diakses tanggal 5 Februari 2023).

¹³ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1619969045bsi-tabungan-simpanan-pelajar>, (diakses pada 5 Februari 2023 jam 13.25).

Terdapat beberapa keuntungan dari produk SimPel ini seperti setoran awal yang sangat ringan yaitu sebesar Rp. 1.000 dan setoran lanjutan minimum Rp. 1.000. Nasabah juga akan dibebaskan dari biaya administrasi, dapat memperoleh kartu ATM, memperoleh buku tabungan, bisa mendapatkan bonus sesuai dengan kebijakan bank dan rekening dapat diberikan fasilitas layanan autodebet berdasarkan standing instruction, pembayaran tagihan rutin, zakat, infaq atau sedekah, autosweep, dan sebagainya.

a. Persyaratan¹⁴

- 1) Perorangan Warga Negara Indonesia (WNI) dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI,MTS,MA) atau sederajat.
- 2) Berusia dibawah 17 tahun dan belum memiliki KTP.
- 3) Melengkapi dan mengisi kelengkapan dokumen pembukaan rekening SimPel iB. Seperti : Kartu Keluarga/NISN/NIS, dan KTP/identitas orang tua atau wali.

b. Keunggulan Tabungan Simpanan Pelajar

- 1) Bebas biaya administrasi
- 2) Produk terafiliasi dengan jenis pilihan kartu BSI SimPel iB Debit
- 3) Gratis biaya tarik tunai
- 4) Setoran awal ringan

¹⁴<https://webform.bankbsi.co.id/catalog/produk/13>, (diakses pada 5 Februari 2023jam 13.25).

- 5) CIF dan buku rekening atas nama anak
 - 6) Memperoleh kartu ATM (optional)
 - 7) BSI Mobile bersifat optional atas persetujuan orangtua/wali
 - 8) E-mail/SMS notifikasi ke HP Orangtua
 - 9) Memperoleh buku tabungan
 - 10) Dapat diberikan bonus sesuai kebijakan bank
 - 11) Gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM BSI dan Mandiri
- c. Fitur dan Biaya¹⁵
- 1) Akad wadiah yad dhamanah
 - 2) Setoran awal minimal : Rp. 1.000
 - 3) Setoran selanjutnya minimal : Rp. 1.000
 - 4) Biaya tutup rekening : Rp. 1.000
 - 5) Limit penarikan Rp. 500.000/hari
 - 6) Dapat kartu ATM
 - 7) Dapat mengakses fasilitas e-channel berupa BSI Mobile, BSI Notifikasi dan BSI CALL 14040
 - 8) Biaya administrasi rekening bulanan : gratis
 - 9) Biaya administrasi kartu ATM : Rp. 2000
 - 10) Biaya penggantian kartu hilang/rusak : Rp. 25.000

¹⁵ <https://webform.bankbsi.co.id/catalog/produk/13>, (diakses pada 5 Februari 2023jam 13.25).

d. Manfaat Tabungan Simpanan Pelajar¹⁶

1) Siswa

- (a) Edukasi keunggulan bagi siswa
- (b) Mendorong budaya gemar menabung
- (c) Melatih pengelolaan keunggulan sejak dini

2) Orang Tua

- (a) Memberikan edukasi tentang produk tabungan
- (b) Mengajarkan kemandirian anak dalam mengelola keuangan
- (c) Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak

3) Sekolah

- (a) Sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru
- (b) Sarana sistem pembayaran dan pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien di lingkungan sekolah.

B. Strategi Bauran Pemasaran

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia. Persaingan antara bank syariah dan bank konvensional pada umumnya mengakibatkan masing-masing memiliki strategi pemasaran dan komunikasi yang efektif.

Dalam pemasaran produk syariah dan penguatan posisi bank syariah sebagai salah satu upaya dalam strategi pemasaran, diperlukan kepuasan dan pelayanan yang tepat agar bank dapat beroperasi. Di dalam kegiatan

¹⁶ <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1619969045bsi-tabungan-simpanan-pelajar>, (diakses pada 5 Februari 2023 jam 13.25).

pemasaran, seorang marketing perbankan syariah melaksanakan tugasnya seperti tawar menawar dengan masyarakat dan menjual suatu produk melalui pembiayaan (*financing*) yang berlandaskan pada prinsip syariah.

Salah satu produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yaitu produk tabungan simpanan pelajar (SimPel). Produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-Bank Syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini, dengan akad Wadiah Yad Dhamanah.¹⁷

Suatu strategi pemasaran dapat diartikan dalam bidang pemasaran sebagai bentuk terencana yang bertujuan mencapai hasil yang terbaik. Maka dari itu, kegiatan pemasaran (*marketing*) dianggap sebagai aspek terpenting yang terdepan dalam perusahaan. Tanpa adanya pemasaran, perusahaan tidak akan mampu mempertahankan posisinya saat ini dan menjalin hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan perusahaan lain, yang pada akhirnya akan mengakibatkan perkembangan kemunduran dan mungkin kekalahan dalam menjalankan bisnis.

BSI KCP Ambulu jember adalah salah satu Lembaga Keuangan Syariah yang ada di Jember. Dari sekian banyak produk tabungan yang terdapat di BSI KCP Ambulu Jember terdapat salah satu produk yang kurang diminati oleh nasabah yaitu Tabungan Simpanan Pelajar dimana setiap tahunnya jumlah nasabah tidak stabil/naik dan turun dari tahun 2018-2021.

¹⁷<https://webform.bankbsi.co.id/catalog/produk/13>, (diakses pada tanggal 5 Februari 2023.)

Untuk mencapai target pemasaran yang sudah dirumuskan, upaya yang dilakukan BSI KCP Ambulu Jember adalah dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) guna menarik minat dan pengetahuan nasabah untuk menabung di BSI KCP Ambulu Jember sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan orang. Produk yang ditawarkan meliputi; barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan kemampuan¹⁸. Dalam konsep produk, dapat dijelaskan bahwa sebuah produk baik berupa barang atau jasa, membutuhkan pendekatan tertentu yang berorientasi pada konsumen. Hasil wawancara pada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember ini menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yaitu dengan persyaratan pembukaan rekening yang mudah dan fasilitas apa saja yang diperoleh nasabah setelah pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar di BSI KCP Ambulu Jember. Seperti yang telah disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* yang mengatakan bahwa:

“Untuk persyaratannya mudah mbak, cukup membawa identitas calon nasabah seperti kartu keluarga atau NISN dan Identitas orang tua seperti KTP. Dan untuk fasilitasnya ada buku tabungan dan ATM jika ingin menggunakan fasilitas ATMnya.

¹⁸Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Alvabeta, 2010), 22.

Untuk buku tabungannya sendiri nanti terdapat nama orang tua Q.Q. nama anaknya”¹⁹

Selanjutnya yang kedua peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember:

“Jadi untuk persyaratannya yang pasti warga Negara Indonesia yang masih berstatus siswa dan belum memiliki KTP karena tabungan ini diperuntukkan untuk nasabah yang berusia dibawah 17 tahun dan persyaratan yang terakhir adalah kelengkapan dokumentasi pembukaan rekening seperti Kartu Keluarga/ NISN bagi calon nasabah dan juga KTP orang tua atau wali sebagai penanggung jawab atas semua transaksi calon nasabah tabungan simpel ini dek. Untuk fasilitas tabungan simpel ini ada buku tabungan dan ATM untuk nasabah yang ingin bertransaksi di luar jam kerja bank”²⁰

Hal itu juga disampaikan oleh Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager* di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu:

“persyaratannya mudah cukup mempersiapkan fotocopy Kartu keluarga/NISN untuk calon nasabah dan identitas orang tua atau wali seperti KTP. Untuk fasilitasnya ada buku tabungan dan ATM juga mbak”²¹

Hasil wawancara terakhir terkait persyaratan pembukaan rekening yang mudah dan fasilitas apa saja yang diperoleh nasabah setelah pembukaan rekening produk tabungan simpanan pelajar. Bapak Sandy Farizky selaku Teller menjelaskan bahwa:

“persyaratan pembukaan rekening tabungan simpel ini cukup mudah karena hanya mempersiapkan kelengkapan dokumen seperti kartu keluarga/NISN/NIS dn juga KTP orang tua atau

¹⁹ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023.

²⁰ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023.

²¹ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

wali dari calon nasabah tersebut. Fasilitas yang didapat setelah pembukaan rekening ini ada buku tabungan dan juga ATMnya dek. Serta di buku tabungannya nanti terdapat nama orang tua Q.Q. nama anak karena orang tua bertanggung jawab atas semua transaksi di rekening tersebut”²²

Selain persyaratan yang mudah dan fasilitas yang diperoleh setelah membuka rekening tabungan simpanan pelajar Bank Syariah KCP Ambulu Jember juga terdapat fitur pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel). Hasil wawancara terakhir terkait produk yaitu fitur yang ada pada produk tabungan simpanan pelajar. Hal itu disampaikan oleh Bapak Sandy Farizky selaku Teller di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu

“Kalau untuk fitur yang ada di produk tabungan ini, kami menyediakan fitur registrasi secara online, BSI Mobile secara gratis, BSI Notifikasi, dan BSI CALL. Tetapi untuk BSI Notifikasi dan BSI CALL ada biayanya dek, untuk BSI Notifikasi Rp. 500/SMS dan BSI CALL biayanya pakai pulsa. Tapi untuk penggunaan BSI Notifikasi dan BSI CALL ini jarang dek karena di era sekarang inikan jarang banget orang yang isi pulsa biasa jadi mengharuskan nasabah untuk datang ke Bank langsung saat mengalami kendala.”²³

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* yang mengatakan bahwa:

“Pada produk tabungan simpanan pelajar ini kami menyediakan beberapa fitur seperti bisa registrasi online, BSI Mobile, BSI Notifikasi dan BSI CALL. Tetapi ada biaya tersendiri untuk BSI Notifikasi sebesar Rp. 500/SMS dan BSI CALL dengan biaya pulsa biasa. Akan tetapi sekarang jarang sekali nasabah menggunakan kedua fitur tersebut dengan alasan jarang membeli pulsa biasa, jadi mereka harus datang ke bank apabila mengalami kendala.”²⁴

²² Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

²³ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Maret 2023.

²⁴ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023.

Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager* juga memberikan pendapatnya mengenai fitur yang terdapat pada produk tabungan simpanan pelajar, beliau mengatakan bahwa:

“Fitur pada produk tabungan simpel ini berupa registrasi online, BSI Mobile, BSI Notifikasi serta BSI CALL. Semua fitur bisa digunakan menggunakan pulsa internet dan juga pulsa lokal. Fitur registrasi online sangat memudahkan calon nasabah untuk membuka rekening tanpa harus datang ke bank.”²⁵

Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* juga menanggapi hal tersebut, beliau mengatakan bahwa:

“Fitur ini bisa sangat memudahkan nasabah sekali dek, karena bisa diakses melalui internet dan juga pulsa lokal. Contoh fiturnya seperti BSI Mobile, registrasi online, BSI CALL dan juga BSI Notifikasi. Jadi nasabah bisa menggunakan fitur tersebut ketika mengalami kendala saat bertransaksi, ingin registrasi tanpa antri dan juga melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun”²⁶

Berdasarkan hasil wawancara di atas Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember menawarkan produk tabungan simpanan pelajar dengan persyaratan yang mudah dan fasilitas yang didapat setelah membuka rekening tabungan simpanan pelajar. Hal itu dilakukan dengan hanya membawa identitas calon nasabah seperti Kartu Keluarga/NISN dan KTP orang tua atau wali sebagai penanggung jawab semua transaksi yang dilakukan pemilik rekening karena yang tercantum di buku rekening adalah nama orang tua Q.Q. nama anak/nama nasabah. Dan fitur yang ada pada produk tabungan simpanan pelajar ini sudah baik seperti registrasi

²⁵ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

²⁶ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara* 20 Februari 2023.

online dan BSI Mobile namun ada beberapa fitur yang jarang digunakan seperti BSI Notifikasi dan BSI CALL karena nasabah banyak yang jarang mengisi pulsa lokal.

2. Harga (*Price*)

Harga pada dasarnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Harga suatu produk atau jasa ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut²⁷. Penentuan harga salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku atau tidaknya produk di suatu pasaran. Harga ini tergantung pada kebijakan perusahaan yang mana mempertimbangkan berbagai hal murah dan mahal suatu produk yang relatif sifatnya. Penentuan harga jual baik berupa akad suatu produk baik berupa minimal setoran awal, setoran bulanan yang berkaitan dengan produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada pihak Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember tentang strategi harga yang dilakukan pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) dengan Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* yang mengatakan bahwa:

“Gini mbak untuk setor awal sebesar Rp. 1.000, penutupan rekening Rp. 1.000, dan biaya kartu Rp. 2.000. Sebelumnya pihak bank juga menjelaskan kepada nasabah untuk setoran awal, setoran minimum selanjutnya dan juga biaya administrasi

²⁷ Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 175

bulanan. Jadi pihak bank memberikan kemudahan dalam persyaratan dan terjangkau biayanya agar pelajar di Indonesia itu ingin menanamkan budaya menabung sejak dini mbak.”²⁸

Ditambahi dengan wawancara bersama Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager*, beliau mengatakan bahwa:

“untuk setoran awal sebesar Rp. 1.000, penutupan rekening Rp. 1.000 dan untuk biaya kartu Rp. 2.000. untuk biaya lainnya seperti biaya administrasi per bulan gratis ya mbak. Jadi kita memberikan kemudahan dan keringanan dalam bertransaksi karena usia nasabah masih dibawah umur dan belum memiliki penghasilan sendiri.”²⁹

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Miaria Anita Sartikasari, yang mengatakan bahwa:

“setoran awal dan biaya administrasi akan kita sampaikan ketika nasabah akan membuka rekening. Untuk setoran awal yang ringan sebesar Rp. 1000, penutupan rekening sebesar Rp. 1000, dan untuk biaya kartu ATM per bulan Rp. 2000.”³⁰

Wawancara terakhir terkait setoran awal dan biaya adminitrasi juga disampaikan oleh Bapak Sandy Farizky, yang mengatakan bahwa:

“biaya administrasi bulanan dan setoran awal akan disampaikan ketika kita bertemu calon nasabah yang akan membuka rekening. Untuk setoran awal yang ringan sebesar Rp. 1000, penutupan rekening sebesar Rp. 1000, dan untuk biaya kartu ATM per bulan Rp. 2000. Untuk harga lainnya bisa dilihat di website resmi BSI.”³¹

²⁸ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023.

²⁹ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

³⁰ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara*, 24 Februari 2023..

³¹ Sandy Farizky, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

Selanjutnya wawancara dengan Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* tentang strategi harga dibandingkan dengan pesaing, beliau mengatakan bahwa:

“Sebelumnya kita menjelaskan keuntungannya seperti dapat memiliki tabungan untuk kedepannya mbak. Dengan biaya yang ringan pelajar tidak keberatan karena belum memiliki penghasilan sendiri. Karena setoran awal dan biaya administrasi yang cukup murah dibandingkan dengan pesaing. Contohnya untuk setoran awal saja hanya Rp. 1.000”³²

Hal senada juga diungkapkan oleh Bapak Sandy Farizky selaku Teller, yang mengatakan bahwa:

“untuk strategi harga yang diterapkan di BSI KCP Ambulu Jember dalam menghadapi pesaing perbankan yaitu dengan melihat kebutuhan nasabah serta kemampuan daya beli terhadap produk yang dibutuhkan. Seperti setoran awal yang cukup terjangkau yaitu Rp. 1.000, setoran selanjutnya minimal sebesar Rp. 1.000 dan untuk biaya administrasi rekening bulanan gratis”³³

Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* juga memberikan pendapatnya mengenai strategi harga dibandingkan dengan, beliau mengatakan bahwa:

“dalam menentukan jumlah setoran tiap bulan dan juga setoran awal yang ringan diharapkan mampu menarik nasabah dan meningkatkan jumlah masyarakat yang menabung. Untuk setoran awal ini sangat murah hanya Rp. 1.000, minimal setoran selanjutnya Rp.1.000 dan biaya administrasi bulanan gratis”³⁴

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Endhit Bharata Wardhani, beliau mengatakan bahwa:

³² Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

³³ Sandy Farizky, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

³⁴ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023

“kalau untuk buka rekening tabungan simpanan pelajar di BSI KCP Ambulu ini sangat murah jika dibandingkan dengan pesaing karena tanpa biaya admin, jadi biaya administrasinya gratis. Setoran awal minimal Rp. 1.000, minimal setoran selanjutnya Rp. 1.000, biaya administrasi bulanan gratis.”³⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa strategi harga yang dimaksud ada pada setoran awal, biaya administrasi dan strategi harga dibandingkan dengan pesaing. Saat akan melakukan pembukaan rekening pihak bank menjelaskan akad yang digunakan, setoran awal dan setoran minimum berikutnya, dan juga biaya administrasi per bulan. Setoran Awal Rp1.000, setoran selanjutnya minimal : Rp1.000, Biaya adm : Tidak ada.

3. Tempat (*Place*)

Pemilihan tempat yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan produknya. Salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan syariah. Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari pemilihan tempat yaitu, sistem transportasi, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi³⁶. Pemilihan tempat dalam lokasi pembukaan kantor cabang atau kantor kas termasuk

³⁵ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

³⁶ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

peletakan mesin ATM bank harus mampu mengidentifikasi sasaran pasar yang dituju sesuai dengan *core business* dari perusahaan³⁷.

Bank yang terletak dalam tempat yang cukup strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yang berada di JL Ahmad Yani No. 59, Krajan, Kec. Ambulu, Kab. Jember, Jawa Timur. Tempat ini sangat strategis karena berada dekat dengan pusat kegiatan masyarakat (pasar, alun-alun dan beberapa sekolah). Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Angraini selaku *Branch Office Service Manager* menjelaskan bahwa:

“Alhamdulillah kantor kita ini cukup strategis karena dekat dengan jalan raya dan beberapa sekolah serta akses juga tidak sulit menuju ke kantor kita. Selain itu juga bisa menjadi pendukung nasabah untuk pembukaan rekening atau bertransaksi di bank BSI KCP Ambulu. Jadi nasabah bisa melakukan pembukaan rekening di bank langsung atau bisa juga melalui website resmi BSI”³⁸

Selanjutnya Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* memberikan pendapatnya bahwa:

“Bagi kami pemilihan lokasi bank yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan. BSI Ambulu memberikan kemudahan untuk calon nasabah apabila akan melakukan pembukaan rekening dan tidak mau antri bisa dilakukan melalui website resmi BSI. Tetapi jika ingin langsung datang ke bank juga bisa dek.”³⁹

Bapak Sandy Farisky selaku Teller juga memberikan pendapatnya bahwa:

³⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 16.

³⁸ Nimas Ria Angraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023.

³⁹ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

“untuk lokasi bank BSI ini cukup strategis karena dekat dengan pusat kegiatan masyarakat seperti pasar, alun-alun dan juga sekolah. Dan juga setiap harinya bank BSI ramai jadi masyarakat tidak merasa enggan untuk datang ke bank BSI. Namun apabila tidak mau menunggu lama bisa juga membuka rekening melalui website resmi BSI yang bisa diakses melalui internet ”⁴⁰

Wawancara terakhir dengan Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager*, beliau mengatakan bahwa:

“bersyukurnya bank BSI memiliki lokasi yang strategis karena lokasi yang strategis merupakan keunggulan untuk bank itu sendiri dalam memajukan perusahaan. Lokasi bank BSI ini terletak tidak jauh dari pusat kegiatan masyarakat serta jalan yang mudah dijangkau oleh masyarakat, jadi memudahkan nasabah yang ingin datang ke bank BSI KCP Ambulu.”⁴¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memilih lokasi yang tepat dan strategis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produknya. Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember terletak tidak jauh dari pusat kegiatan masyarakat serta jalan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Jadi calon nasabah yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar bisa langsung datang ke bank, namun apabila tidak ingin mengantri bisa membuka rekening melalui website resmi BSI yang bisa diakses melalui internet.

4. Promosi (*Promotion*)

Dalam promosinya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember telah melakukan upaya yang maksimal yaitu dengan melakukan promosi

⁴⁰ Sandy Farizky, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

⁴¹ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

penjualan dan periklanan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* dalam melakukan promosi penjualan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember menjelaskan bahwa:

“Dalam meningkatkan pengetahuan siswa dan orang tua mengenai pentingnya belajar menabung dengan menggunakan produk tabungan simpanan pelajar BSI KCP Ambulu menerapkan bauran strategi pemasaran berupa periklanan seperti percetakan brosur, pemasangan spanduk, *teamwork* untuk promosi dengan mendatangi *event-event* sekolah. Meskipun kita memiliki produk yang sama dengan pesaing, kita juga memberikan pemahaman bahwa produk yang kita promosikan memiliki keunggulan seperti pada strategi harga yang cukup murah dibandingkan dengan pihak pesaing.”⁴²

Hal ini juga disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* sebagai berikut:

“Ya untuk promosi produk tabungan ini kami pihak bank melakukan periklanan produk melalui sosial media pribadi atau bisa disebut penjualan pribadi (*personal selling*) untuk memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung atau tatap muka. Dan kalo soal persaingan tentunya lembaga keuangan lain juga menawarkan produk yang sama namun dengan persyaratan yang berbeda dengan kita, bisa dilihat dari setoran awal dan setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000 dan bebas biaya administrasi rekening.”⁴³

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager*, beliau mengatakan bahwa:

“promosi yang dilakukan bank BSI ini dilakukan dengan cara memasang spanduk di dekat sekolah sekitar ambulu, bisa juga dengan *personal selling* yaitu menjelaskan kepada nasabah khususnya tentang produk tabungan simpanan pelajar ini. Dengan mengikuti *event* di sekolah sekitar ambulu, dan

⁴² Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

⁴³ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023.

menggunakan sosial media sebagai promosi masa kini yang mudah dan cepat. Persaingan yang cukup ketat diluar sana tidak membuat kita goyah mbak karena kami mempunyai keunggulan dibandingkan dengan pesaing seperti persyaratan yang mudah serta dibebaskan dari biaya administrasi bulanan”⁴⁴

Bapak Sandy Farizky selaku Teller juga menambahkan bahwa:

“kami melakukan promosi dengan cara *personal selling* atau menjelaskan kepada nasabah khususnya tentang produk tabungan simpanan pelajar. Selain itu juga mempromosikan melalui sosial media agar lebih luas jaringannya. Meskipun persaingan yang sangat kompetitif tapi tidak banyak juga lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk tersebut dengan persyaratan dan biaya lainnya yang beragam. BSI selalu menawarkan produk tabungan simpel dengan berbagai keunggulan yang didapat seperti mendapatkan kartu ATM dan juga setoran selanjutnya minimal Rp. 1.000.”⁴⁵

Media periklanan yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yaitu media cetak dan media sosial. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* sebagai berikut:

“untuk media periklanan kita menggunakan media cetak seperti brosur dan banner dek. Untuk media sosialnya kita biasanya memakai blog/web dan Whatsapp.”⁴⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Miaria Anita Sartikasari selaku *customer service* bahwa:

“sepengetahuan saya media yang digunakan itu brosur, spanduk dan banner, untuk sosial medianya web atau blog dan Whatsapp juga.”⁴⁷

⁴⁴ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁴⁵ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

⁴⁶ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

⁴⁷ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara*, 24 Februari 2023.

Bapak Endhit Bharata Wardhani selaku *Branch Manager* juga menambahkan bahwa:

“media promosi kita adalah media cetak seperti brosur dan spanduk, serta media sosial seperti blog/web resmi BSI dan juga Whatsapp.”⁴⁸

Wawancara terakhir dengan Bapak Sandi Farizky selaku Teller mengatakan bahwa:

“media periklanan saat ini menggunakan media cetak dan media sosial. Untuk media cetaknya ada brosur dan banner yang dipasang di beberapa lokasi dekat sekolah, dan media sosial berupa whatsapp dan blog/website resmi BSI.”⁴⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa upaya-upaya yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember untuk mendorong nasabah memilih produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yaitu melakukan promosi penjualan dan periklanan. Promosi penjualan yang dilakukan BSI KCP Ambulu Jember melakukan periklanan produk, mengikuti *event-event* sekolah, penjualan pribadi dengan cara mengenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung atau tatap muka dan menjaga citra positif perusahaan. Persaingan yang cukup ketat diluar sana tidak membuat BSI KCP Ambulu goyah karena mereka mempunyai keunggulan pada produk tabungan simpanan pelajar dibandingkan dengan pesaing seperti persyaratan yang mudah serta dibebaskan dari biaya administrasi bulanan.

⁴⁸ Endhit Bharata Wardhani, *Wawancara* 20 Februari 2023

⁴⁹ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023

Media periklanan yang digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dibagi menjadi dua jenis yaitu media cetak dan media sosial. Berbagai Macam media sosial yang sering digunakan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember adalah web atau blog milik Bank Syariah Indonesia, Whatsapp dan instagram. Sedangkan media cetak yang digunakan adalah brosur dan banner.

5. Manusia (*people*)

People (orang) adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*).⁵⁰

Strategi bauran pemasaran ada orang berhubungan dengan perencanaan sumber daya manusia (SDM), rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan dan motivasi kerja. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* yang mengatakan bahwa:

“Untuk perencanaan SDM kita melakukan rekrutmen karyawan dengan cara menyebar iklan di sosial media dengan beberapa kriteria seperti berpenampilan menarik dan rapi karena akan menjadi wajah perusahaan saat melayani nasabah dan calon nasabah, usia maksimal 30 tahun agar memiliki kinerja yang *fresh*, bekerja teliti dan maksimal, serta memiliki *skill* atau kemampuan yang dibutuhkan oleh bank kita. Dan untuk mengetahui calon karyawan yang kami rekrut untuk posisi

⁵⁰ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 62.

tertentu, kami melakukan proses wawancara untuk mengetahui pengetahuan mereka tentang salah satu produk kami yaitu tabungan simpanan pelajar ini”⁵¹

Hal senada juga disampaikan oleh Bapak Endhit Bharata Wardani selaku *Branch Manager* yang mengatakan bahwa:

“Untuk rekrutmen dan seleksi karyawan kita memiliki kriteria berpenampilan menarik dan rapi, usia maksimal 30 tahun saat rekrutmen, memiliki *skill* yang dibutuhkan. Dan untuk posisi tertentu kami melakukan proses wawancara untuk mengetahui apakah mereka paham tentang produk yang akan mereka promosikan nanti setelah diterima di BSI KCP Ambulu jember.”⁵²

Bapak Sandy Farisky juga menambahkan bahwa:

“sepengetahuanku untuk kriteria rekrutmen karyawan ditentukan oleh bank itu sendiri. Contohnya memiliki kemampuan atau skill yang dibutuhkan pihak bank. Setelah lolos administrasi rekrutmen karyawan biasanya akan dilakukan wawancara untuk mengetahui pengetahuan mereka tentang suatu produk di bank BSI KCP Ambulu.”⁵³

Wawancara selanjutnya dengan Ibu Miaria Anita Sartikasari, beliau mengatakan bahwa:

“rekrutmen karyawan bank BSI KCP Ambulu memiliki kriteria seperti berpenampilan menarik, usia maksimal 30 tahun saat pendaftaran, serta memiliki kemampuan marketing yang baik. Untuk proses selanjutnya yaitu wawancara untuk mengetahui

⁵¹ Nimas Ria Angraini, *Wawancara*, 20 Februari 2023.

⁵² Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁵³ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023

sejauh mana mereka memahami tentang pemasaran suatu produk.”⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember melakukan rekrutmen karyawan dengan beberapa kriteria seperti berpenampilan menarik dan rapi, usia maksimal 30 tahun saat pendaftaran, memiliki *skill* atau kemampuan yang dibutuhkan pihak bank. Setelah lolos seleksi administrasi calon karyawan akan melalui proses wawancara untuk mengetahui sejauh mana mereka paham tentang pemasaran suatu produk.

6. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Pada strategi pemasaran bukti fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha, dan lingkungan sekitar perusahaan, sebuah usaha yang memiliki lingkungan yang baik akan mencerminkan bagaimana sebuah perusahaan menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen. Fasilitas fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.⁵⁵ Bukti fisik bentuk nyata dari kualitas jasa dalam wujud fitur yang dapat dilihat pelanggan seperti brosur, gedung, kualitas komunikasi, ruang tunggu yang nyaman, dan beberapa fasilitas lainnya yang membuat pelanggan percaya. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* yang mengatakan bahwa:

⁵⁴ Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁵⁵ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 64.

“Fasilitas yang ada di kantor kami ini memberikan kemudahan kepada nasabah yang akan melakukan transaksi di bank dengan melakukan interaksi secara langsung dengan nasabah. Contohnya seperti brosur, seragam karyawan, ruang tunggu yang nyaman serta ATM yang tersedia di sebelah barat bank. Di kantor kita ini juga memiliki ruang tunggu yang nyaman dan juga dilengkapi dengan AC, namun untuk tempat parkir masih kurang luas karena lahan yang sedikit. Dan untuk mengetahui produk tabungan simpanan pelajar dengan lengkap dan rinci bisa juga melalui website resmi BSI melalui internet”⁵⁶

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Endhit Bharata Wardani selaku *Branch Manager* yang menyatakan bahwa:

“Untuk fasilitas di kantor kita ada ruang tunggu, brosur untuk beberapa produk di bank BSI, ATM, namun untuk lahan parkir memang sedikit sempit karena faktor lahan yang terbatas. Ruang tunggu yang nyaman dilengkapi dengan AC dan juga kursi untuk nasabah yang sedang menunggu antrian teller dan cs. Karyawan kita juga menjaga kebersihan meja kerja masing – masing untuk memberikan kenyamanan saat melayani nasabah. Apabila ingin mengetahui lebih lanjut produk apa saja yang ada di bank BSI bisa diakses melalui website resmi BSI.”⁵⁷

Bapak Sandy Farizky juga menambahkan bahwa:

“Ruang tunggu di bank BSI sudah cukup luas karena ada beberapa renovasi. Renovasi ini bertujuan untuk membuat nasabah nyaman karena ruang tunggu yang tidak sempit dan panas karena dilengkapi dengan AC juga. Fasilitas di BSI ada brosur untuk beberapa produk yang kita pasarkan, ada juga mesin ATM yang berada disebelah kantor kita, ada juga ruang tunggu yang nyaman untuk nasabah. Bisa dek, ada di website resmi BSI bisa diakses melalui internet ya”⁵⁸

Terakhir wawancara dengan Ibu Miaria Anita Sartikasari, beliau mengatakan bahwa:

⁵⁶ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁵⁷ Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁵⁸ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

“Fasilitas yang ada di kantor kita terdiri dari gedung yang kokoh, brosur beberapa produk, ruang tunggu dan mesin ATM yang ada di luar. Tata ruang yang ada di BSI ini sudah lumayan longgar karena ada sedikit renovasi untuk memperluas ruangan agar tidak sempit dan menampung sekitar 15 nasabah, dilengkapi dengan AC juga agar tidak kepanasan saat menunggu antrian. Untuk website kami ada website resmi BSI yang bisa diakses melalui internet dek”⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas fisik di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember nyaman untuk nasabah karena memiliki ruang tunggu yang sudah diperluas serta dilengkapi dengan AC agar nasabah saat mengantri merasa nyaman dan tidak kepanasan. Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember juga membersihkan meja kerja masing-masing agar terlihat rapi dan bersih saat melakukan transaksi dengan nasabah. Namun untuk lahan parkir masih kurang luas karena terbatasnya lahan parkir. Dan apabila ingin mengetahui tentang produk lebih lanjut juga bisa diakses melalui website resmi BSI.

7. Proses (*process*)

Proses merupakan semua alur kegiatan yang ada dalam aktivitas untuk menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses yang terjadi meliputi kecepatan, kemudahan, ketepatan, respon ataupun tanggapan.⁶⁰ Proses juga gabungan dari semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan

⁵⁹ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023

⁶⁰ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 65.

kepada nasabah, prosedur pelaksanaan, mekanisme kerja. Kerja alur pelayanan nasabah dan hal-hal lain yang bersifat rutin. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *Branch Office Service Manager* yang mengatakan bahwa:

“Kantor kita mulai buka jam 08.00 – 15.00 dan untuk isihoma kita jam 12.00-13.00. Pada proses melayani nasabah dilakukan dengan maksimal pada jam kerja. Untuk proses pelayanan pembukaan rekening kami usahakan cepat, tepat dan teliti agar nasabah puas dan senang menabung di bank BSI. Selain itu juga pembukaan rekening bisa melalui website resmi kami yang bisa diakses melalui internet.”⁶¹

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Endhit Bharata Wardani selaku *Branch Manager* yang menyatakan bahwa:

“Untuk jam kerja kami mulai pukul 08.00 sampai 15.00. sebelum jam operasional buka kami biasanya melakukan *briefing* kepada karyawan di jam 07.30 atau setengah jam sebelum jam operasional buka untuk mengevaluasi pekerjaan karyawan kemarin. Untuk proses pembukaan rekening di bank BSI cukup mudah dan cepat khususnya tabungan simpanan pelajar. Karena hanya membawa kartu identitas diri dan kartu identitas orang tua.”⁶²

Selanjutnya Bapak Sandy selaku teller menambahkan bahwa:

“Jam operasional kita buka jam 08.00 sampai 15.00. dalam jam operasional tersebut kami maksimalkan untuk melayani nasabah dengan baik. Untuk proses pelayanan kepada nasabah, karyawan kami akan melakukan pelayanan yang maksimal kepada nasabah. Untuk penanganan kendala atau masalah tergantung pada jenis kendala atau masalah yang nasabah keluhkan.”⁶³

⁶¹ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁶² Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁶³ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

Terakhir wawancara dengan Ibu Miaria Anita Sartikasari, beliau mengatakan bahwa:

“Proses pelayanan pembukaan rekening berada di bagian *customer service* dan kami akan menjelaskan mulai dari akad sampai keuntungan yang diperoleh saat memiliki tabungan simpanan pelajar ini. Pembukaan rekening ini juga cukup mudah hanya membawa identitas diri seperti kartu keluarga/NISN serta KTP orang tua, untuk registrasi juga cukup mudah bisa mendaftar melalui website resmi kami melalui internet. Untuk jam operasional kami buka mulai pukul 08.00-15.00, dan untuk istirahat kami pukul 12.00-13.00.”⁶⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa untuk jam operasional buka pada pukul 08.00-15.00 WIB, untuk jam istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB. Namun 30 menit sebelum jam operasional buka *branch manager* melakukan *briefing* kepada seluruh karyawan untuk mengevaluasi pekerjaan di hari sebelumnya. Dan untuk proses pelayanan kepada nasabah, pihak bank melakukan pelayanan semaksimal mungkin tergantung jenis kendala atau masalah yang dikeluhkan nasabah.

Berdasarkan wawancara mengenai 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*) dapat disimpulkan bahwa BSI menawarkan produk tabungan simpanan pelajar dengan persyaratan yang mudah dan fasilitas yang didapat setelah pembukaan rekening tabungan simpanan pelajar. Dalam strategi harga yang dimaksud ada pada biaya tabungan pelajar. Saat akan melakukan pembukaan rekening pihak bank menjelaskan akad yang digunakan, setoran awal dan setoran minimum berikutnya, dan juga biaya administrasi rekening per

⁶⁴ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023

bulan. Lokasi dimana nasabah bisa membuka rekening tabungan simpanan pelajar yaitu bisa langsung datang ke bank atau bisa juga melalui online di website resmi BSI. Promosi dilakukan dengan berbagai cara seperti memanfaatkan media cetak dan juga media sosial. Manusia atau karyawan, Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu merekrut dan menyeleksi karyawan dengan beberapa kriteria serta melakukan proses wawancara memaksimalkan kinerja dan tujuan bersama. Bukti fisik atau lingkungan fisik Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bersih dengan dilengkapi AC. Proses operasional pelayanan yang ada di bank mulai pukul 08.00-15.00, untuk waktu istirahat pukul 12.00-13.00. Selain itu juga 30 menit sebelum jam operasional buka, *branch manager* melakukan *briefing* kepada seluruh karyawan.

C. Kendala Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel)

Dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar (SimPel), tentu saja terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nimas Ria Angraini selaku *branch office service manager* mengatakan bahwa:

“Kendala dalam pemasaran itu pasti ada ya dek, dari segi internal maupun eksternalnya. Untuk internal itu kurangnya SDM karena kita belum punya marketing khusus untuk menangani tabungan simpanan pelajar ini dek. Kalau eksternalnya itu ya karena kondisi wilayah Jember Ambulu yang bisa dibilang bukan kota besar, nah tingkat pengetahuan masyarakat

itu mempengaruhi pola pikir dan minat untuk melakukan pembukaan rekening simpanan pelajar ini.”⁶⁵

Selanjutnya wawancara yang disampaikan oleh bapak Endhit Bharata Wardani selaku *Branch Manager* yang menyatakan bahwa:

“Kurangunya pengetahuan masyarakat juga dipengaruhi oleh efektivitasnya pemasaran, disamping itu juga persaingan di luar BSI yang juga semakin kompetitif. Dan juga memang untuk SDM sendiri masih kurang memadai karena kita belum punya marketing khusus untuk menangani tabungan simpanan pelajar ini.”⁶⁶

Ibu Miaria Anita Sartikasari juga menambahkan bahwa:

“Kalau soal persaingan diluar sana sangat ketat ya dek. Apalagi pemilik tabungan simpanan pelajar bukan hanya BSI saja, tapi banyak juga lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk tersebut. Tentunya dengan persyaratan dan keunggulan yang ditawarkan beragam juga.”⁶⁷

Selanjutnya wawancara dengan Bapak Sandy yang mengatakan bahwa:

“Persaingan disini cukup ketat karena ada beberapa bank konvensional juga. Soalnya pemilik tabungan simpanan pelajar tidak hanya di BSI tetapi di bank konvensional juga. Pengetahuan masyarakat juga mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di bank BSI. Di BSI ini juga masih kurang orang marketing untuk menangani masalah tabungan simpanan pelajar ini.”⁶⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember mengalami kendala berupa faktor internal seperti kurangnya SDM untuk menangani produk tabungan simpanan

⁶⁵ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁶⁶ Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁶⁷ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023.

⁶⁸ Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

pelajar dan faktor eksternal seperti kondisi wilayah Jember Ambulu yang dibidang bukan kota besar serta tingkat pengetahuan masyarakat yang mempengaruhi pola pikir dan minat untuk membuka rekening simpanan pelajar. Selain itu juga karena faktor persaingan dengan lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk yang sama dengan persyaratan dan keunggulan yang berbeda.

D. Upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar

Adapun upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam mengatasi masalah kendala dalam strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel). Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nimas Ria Anggraini selaku *branch office service manager* mengatakan bahwa:

“upaya kami dalam mengatasi masalah internal ya menambah SDM dengan cara membuka lowongan pekerjaan bagi masyarakat yang memenuhi syarat rekrutmen dan memiliki skill atau kemampuan yang dibutuhkan pihak bank guna mengatasi masalah kendala tersebut.”⁶⁹

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Endhit Bharata Wardani selaku *Branch Manager* yang menyatakan bahwa:

“upaya yang kami lakukan terkait kurangnya SDM di bagian marketing produk tabungan simpanan pelajar ini dengan cara menambah SDM dan juga membuka lowongan. Jika SDM sudah memenuhi syarat dan kebutuhan bank, maka kendala atau masalah akan terselesaikan tepat waktu.”⁷⁰

⁶⁹ Nimas Ria Anggraini, *Wawancara* 20 Februari 2023.

⁷⁰ Endhit Bharata Wardani, *Wawancara* 20 Februari 2023.

Ibu Miaria Anita Sartikasari juga menambahkan bahwa:

“Untuk solusi masalah eksternal kami memaksimalkan promosi kepada sekolah-sekolah atau masyarakat yang masih belum paham dengan produk tabungan simpanan pelajar ini dengan cara memberikan brosur serta mengiklankan melalui media sosial agar masyarakat lebih mengetahui pengetahuan tentang produk ini.”⁷¹

Bapak Sandy Farizky selaku teller juga memberikan pendapatnya mengenai upaya untuk mengatasi masalah persaingan antar bank beliau mengatakan bahwa:

“Agar masyarakat tertarik dengan produk yang kami tawarkan, kami menawarkan persyaratan yang mudah seperti bisa melakukan registrasi secara online maupun offline ketika pihak bank datang ke sekolah. Dan juga menawarkan keunggulan seperti mendapat kartu ATM atas nama sendiri serta bisa bertransaksi melalui BSI Mobile yang akses melalui HP masing-masing nasabah. Kami juga memberikan informasi kepada para orang tua bahwa dalam transaksi nanti notifikasi akan masuk ke HP orang tua masing-masing.”⁷²

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memiliki solusi untuk masalah internal seperti menambah sumber daya manusia untuk menangani masalah pada produk tabungan simpanan pelajar. Untuk masalah eksternal pihak bank memiliki solusi seperti memaksimalkan promosi ke sekolah-sekolah atau masyarakat yang masih kurang paham dengan produk tabungan simpanan pelajar dengan memberi brosur dan mengiklankan melalui media sosial. Serta menawarkan persyaratan dan keunggulan yang dimiliki produk tabungan

⁷¹ Miaria Anita Sartikasari, *Wawancara* 24 Februari 2023.

⁷² Sandy Farizky, *Wawancara* 24 Februari 2023.

yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember karena persaingan yang sangat ketat dengan lembaga keuangan lainnya.



BAB IV

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL) DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) AMBULU JEMBER

A. Strategi Bauran Pemasaran pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember

1. Produk (*product*)

Produk adalah apa saja yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan orang. Produk yang ditawarkan meliputi; barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan kemampuan¹. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwasannya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember menawarkan produk tabungan simpanan pelajar dengan persyaratan yang mudah dan fasilitas apa saja yang didapatkan setelah membuka rekening tabungan simpanan pelajar di BSI KCP Ambulu. Hal itu dilakukan dengan memberikan persyaratan yang mudah seperti melengkapi dokumen seperti kartu keluarga/NISN/NIS untuk calon nasabah dan juga KTP/identitas orang tua atau wali karena di buku tabungan yang didapat nanti akan tercantum nama orang tua Q.Q. nama anak yang dimaksudkan orang tua memiliki tanggung jawab atas semua transaksi rekening atas nama anak karena anak masih dibawah umur. Fitur yang ada pada produk tabungan

¹Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Alfabeta, 2010), 22.

simpanan pelajar ini sudah baik seperti registrasi online dan BSI Mobile namun ada beberapa fitur yang jarang digunakan seperti BSI Notifikasi dan BSI CALL karena nasabah banyak yang jarang mengisi pulsa lokal.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi produk yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa produk yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan orang. Produk yang ditawarkan meliputi; barang, jasa, pengalaman, kejadian, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan kemampuan². Dalam konsep produk, dapat dijelaskan bahwa sebuah produk baik berupa barang atau jasa, membutuhkan pendekatan tertentu yang berorientasi pada konsumen. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember ini menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) pada produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yaitu dengan memberikan kualitas produk terbaik kepada nasabah.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

²Mulyadi Nitisusantro, *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Alvabeta, 2010), 22.

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Perencanaan pada strategi produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember menekankan pada persyaratan pembukaan rekening yang mudah dan fasilitas yang didapatkan serta fitur yang terdapat pada produk tabungan simpanan pelajar.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Dalam pelaksanaan strategi produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah dilakukan dengan baik, hal ini dapat dilihat dari setiap karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah memahami terkait produk yang dijual sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen, serta sudah memberikan pelayanan dengan baik ketika nasabah mengalami masalah dengan konsultasi melalui BSI CALL dan fitur – fitur lainnya.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.³ Namun terdapat fitur pendukung yang perlu dilakukan evaluasi yaitu BSI Notifikasi dan BSI CALL karena harus menggunakan pulsa dan zaman saat ini sudah jarang pelajar atau

³ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Surakarta: Aswaja Pressindo, 2019).

nasabah yang menggunakan pulsa lokal. Untuk itu perlu adanya evaluasi dengan menambah fitur pendukung yang menggunakan internet.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi produk yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember perencanaan yang dilakukan meningkatkan mutu produk, memasarkan produk, menguasai produk yang ditawarkan, dan menjaga komunikasi, dan menjaga kepuasan konsumen. Dalam pelaksanaanya karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah menguasai produk yang ditawarkan dan menjaga komunikasi dengan baik kepada nasabah sehingga menciptakan kepuasan nasabah. Evaluasi yang dilakukan adalah memperbarui fitur BSI Notifikasi dan BSI CALL karena harus menggunakan pulsa dan zaman saat ini sudah jarang pelajar atau nasabah yang menggunakan pulsa lokal.

2. Harga (*price*)

Harga pada dasarnya merupakan alat untuk mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar. Harga suatu produk atau jasa ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut.⁴ Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa strategi

⁴Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 175.

harga yang dimaksud ada pada strategi biaya untuk tabungan pelajar. Saat akan melakukan pembukaan rekening pihak bank menjelaskan akad yang digunakan, setoran awal dan setoran minimum berikutnya, dan juga biaya administrasi rekening per bulan. Setoran Awal Rp1.000, Saldo minimum : Rp1.000, Biaya administrasi tidak ada.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa harga yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa Harga suatu produk atau jasa ditentukan dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut.⁵ Dalam Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember yang dimaksud penetapan biaya untuk pembukaan tabungan pelajar dengan biaya setor awal Rp. 1000, biaya administrasi tidak ada.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Pada strategi harga yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember perencanaan awal yang dilakukan pada penetapan harga pembuatan tabungan simpanan pelajar, untuk

⁵Kasmir, Kewirausahaan, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 175.

pelaksanaan yang dilakukan adalah penetapan biaya setor awal, biaya kartu, saldo minimum, dan biaya penutupan tabungan tanpa adanya biaya administrasi setiap bulannya.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. pihak Bank menjelaskan terkait akad yang digunakan dan keuntungan saat menggunakan produk tabungan simpanan pelajar.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.⁶ Untuk evaluasi terkait produk tabungan simpanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, saat ini pihak bank sudah melakukan pengawasan terkait produk tabungan simpanan pelajar dengan baik sehingga hanya perlu melakukan peningkatan pada produk yang ditawarkan.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi harga yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan yang dilakukan dengan menetapkan harga pembuatan tabungan simpanan pelajar, untuk

⁶ Ibid.,

pelaksanaan adalah penetapan biaya setor awal, biaya kartu, saldo minimum, dan biaya penutupan tabungan tanpa adanya biaya administrasi setiap bulannya. Serta menjelaskan terkait akad dan keuntungan menggunakan produk tabungan simpanan pelajar. Evaluasi yang dilakukan pihak bank adalah mengawasi terkait produk tabungan simpanan pelajar dan meningkatkan produk yang ditawarkan.

3. Tempat (*place*)

Pemilihan tempat yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan produknya. Salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan syariah. Sebuah perusahaan tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik, untuk menjual jasa yang ditawarkan oleh konsumen. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dari pemilihan tempat yaitu, sistem transportasi, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi⁷. Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memilih lokasi yang tepat dan strategis untuk memasarkan produknya agar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produknya. Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Calon nasabah yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar juga bisa langsung datang ke bank, namun apabila tidak ingin mengantri bisa membuka rekening melalui website resmi BSI yang bisa diakses melalui internet

⁷Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2010), 16.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memilih lokasi yang tepat dan strategis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penjualan produknya. Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember terletak tidak jauh dari pusat kegiatan masyarakat serta jalan yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Jadi calon nasabah yang ingin membuka rekening tabungan simpanan pelajar bisa langsung datang ke bank, namun apabila tidak ingin mengantri bisa membuka rekening melalui website resmi BSI yang bisa diakses melalui internet.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Dalam tahapan strategi tempat di sini Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memiliki lokasi yang strategis karena dekat dengan jalan raya, hal ini juga menjadi faktor pendukung agar mudah untuk dijangkau oleh calon nasabah.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Pada pelaksanaannya banyak nasabah

yang sudah mengetahui terkait lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, namun kurangnya minat menjadi masalah yang terjadi.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.⁸ Evaluasi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember akan lebih memberikan arahan dan pengertian terkait produk tabungan simpanan yang akan memberikan dampak baik bagi pelajar kedepannya. Serta kemudahan membuka rekening melalui website resmi BSI.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi tempat yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada penerapan tempat di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memiliki tempat yang strategis dan berada di dekat sekolah – sekolah yang dapat menguntungkan pihak bank untuk memasarkan produk tabungan simpanan pelajar, sehingga evaluasi yang perlu ditekankan pada lebih memberikan arahan dan pengertian terkait produk tabungan simpanan yang akan memberikan dampak baik bagi

⁸ Ibid.,

pelajar kedepannya. Serta kemudahan membuka rekening melalui website resmi BSI.

4. Promosi (*promotions*)

Promosi yaitu berbagai kegiatan perusahaan dalam mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Dalam hal ini perusahaan harus mempekerjakan, melatih sekaligus memotivasi pegawainya dengan baik dan benar⁹. Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa bahwa upaya-upaya yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember untuk mendorong nasabah memilih produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) yaitu melakukan promosi penjualan yang dilakukan BSI KCP Ambulu Jember melakukan periklanan produk, mengikuti *event-event* sekolah, penjualan pribadi dengan cara mengenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung atau tatap muka dan menjaga citra positif perusahaan. Persaingan yang cukup ketat diluar sana tidak membuat BSI KCP Ambulu goyah karena mereka mempunyai keunggulan pada produk tabungan simpanan pelajar dibandingkan dengan pesaing seperti persyaratan yang mudah serta dibebaskan dari biaya administrasi bulanan.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah melakukan strategi promosi sesuai dengan teori. Dapat dilihat dari pihak bank melakukan promosi dengan cara mengiklankan produk, mengikuti *event-event*

⁹Ekawati Rahayu Ningsih, *Perempuan dalam Strategi Komunikasi* (Yogyakarta: Idea Press, 2009), 27.

sekolah, dan lain-lain. Persaingan yang cukup ketat diluar sana tidak membuat BSI KCP Ambulu goyah karena mereka mempunyai keunggulan pada produk tabungan simpanan pelajar dibandingkan dengan pesaing seperti persyaratan yang mudah serta dibebaskan dari biaya administrasi bulanan. Sehingga dalam strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember tidak ada masalah dalam menjalankan strategi promosi.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Untuk perencanaan strategi promosi yang dilakukan mulai dari merancang desain untuk banner, spanduk, dan brosur. Serta mengkonsep ketika ada *event* di sekolahan untuk mendemo kan atau memperkenalkan produk tabungan simpanan.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Dalam pelaksanaanya promosi yang dilakukan tidak hanya mendatangi sekolah – sekolah dan pemasangan banner dan spanduk, melainkan juga dengan menggunakan media

sosial sebagai cara mempromosikan produknya. Media sosial yang digunakan adalah Whatsapp dan blog/web, hal ini dilakukan karena dapat membantu memperkenalkan produk – produk Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember secara luas

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.¹⁰ Evaluasi yang dilakukan adalah dengan monitoring terkait promosi yang dilakukan dan lebih memaksimalkan promosi ke sekolah – sekolah agar siswa dapat menerima dengan mudah terkait tabungan simpanan pelajar.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam perencanaan promosi yang dilakukan mulai dari merancang desain untuk banner, spanduk, dan brosur. Serta mengkonsep ketika ada *event* di sekolahan untuk mendemo kan atau memperkenalkan produk tabungan simpanan. Pelaksanaan yang dilakukan dengan mendatangi sekolah – sekolah dan pemasangan banner dan spanduk, serta menggunakan media sosial sebagai cara mempromosikan produknya. Media sosial yang digunakan adalah Whatsapp dan blog/web,

¹⁰ Ibid.,

hal ini dilakukan karena dapat membantu memperkenalkan produk – produk Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember secara luas. Evaluasi yang perlu dilakukan adalah pengawasan dan memaksimalkan media sosial secara keseluruhan.

5. Manusia (*people*)

People (orang) adalah semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Semua sikap dan tindakan karyawan bahkan cara berpakaian dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*)¹¹. Strategi bauran pemasaran ada orang berhubungan dengan perencanaan sumber daya manusia (SDM), rekrutmen, seleksi karyawan, pelatihan karyawan dan motivasi kerja. Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember melakukan rekrutmen karyawan dengan beberapa kriteria seperti berpenampilan menarik dan rapi, usia maksimal 30 tahun saat pendaftaran, memiliki *skill* atau kemampuan yang dibutuhkan pihak bank. Setelah rekrutmen dan seleksi karyawan, pihak bank juga melakukan proses wawancara untuk mengetahui sejauh mana mereka paham tentang pemasaran suatu produk.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah melakukan strategi rekrutmen dengan baik. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa

¹¹Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 62.

bank tersebut sudah melakukan rekrutmen karyawan dengan syarat tertentu. Selain itu pihak bank melakukan proses wawancara untuk mengetahui sejauh mana mereka paham tentang pemasaran suatu produk.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Dalam tahapan – tahapan strategi orang pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, perencanaan yang dilakukan adalah rekrutmen SDM atau karyawan dengan menyebarkan iklan di media sosial. Dengan kriteria berpenampilan rapi, menarik, ulet, teliti, maksimal usia 30 tahun dan memiliki kemampuan dan skill.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Untuk pelaksanaannya para calon karyawan akan diseleksi sesuai dengan proses – proses yang berlaku, kemudian dilaksanakan proses wawancara untuk mengetahui sejauh mana mereka paham tentang pemasaran suatu produk.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.¹² Sehingga evaluasi yang dilakukan adalah dengan monitoring dan mengontrol karyawan yang melakukan training sebelum benar – benar menjadi karyawan di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi manusia yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Untuk perencanaan yang dilakukan adalah rekrutmen SDM atau karyawan dengan menyebarkan iklan di media sosial. Dengan kriteria berpenampilan rapi, menarik, ulet, teliti, maksimal usia 30 tahun dan memiliki kemampuan dan skill. Pelaksanaannya pada seleksi administrasi calon karyawan akan melalui proses wawancara untuk mengetahui sejauh mana mereka paham tentang pemasaran suatu produk..

6. Bukti Fisik (*physical evidence*)

Pada strategi pemasaran bukti fisik berhubungan dengan suasana, lokasi usaha, dan lingkungan sekitar perusahaan, sebuah usaha yang memiliki lingkungan yang baik akan mencerminkan bagaimana sebuah perusahaan menjaga dan memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi

¹² Ibid.,

konsumen. Fasilitas fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan¹³. Dari hasil wawancara diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa fasilitas fisik di Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember nyaman untuk nasabah karena memiliki ruang tunggu yang sudah diperluas serta dilengkapi dengan AC agar nasabah saat mengantri merasa nyaman dan tidak kepanasan. Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember juga membersihkan meja kerja masing-masing agar terlihat rapi dan bersih saat melakukan transaksi dengan nasabah. Namun untuk lahan parkir masih kurang luas karena terbatasnya lahan parkir. Dan apabila ingin mengetahui tentang produk lebih lanjut juga bisa diakses melalui website resmi BSI.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam strategi bukti fisik sudah sesuai dengan teori. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa bank tersebut sudah memberikan fasilitas terbaik, dengan cara memberikan AC ruangan sehingga membuat tempat menjadi nyaman. Selain itu, tempat atau ruangan yang cukup luas memberikan kenyamanan terhadap nasabah atau konsumen yang mengantri di ruangan tersebut. Tetapi, dalam penyediaan lahan parkir kurang luas sehingga nasabah atau konsumen kesulitan. Dalam melakukan sebuah strategi hal

¹³Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 64.

yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Perencanaan bukti fisik yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dengan ruang tunggu yang nyaman dan ber AC untuk nasabah agar memberikan kenyamanan serta didukung dengan fasilitas lainnya.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Dalam pelaksanaan yang terjadi terdapat tempat parkir yang kurang luas.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.¹⁴ Perlu adanya evaluasi terkait tempat parkir yang kurang luas.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi bukti fisik yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember melakukan perencanaan dengan memberikan kepuasan konsumen

¹⁴ Ibid.,

serta dalam pelaksanaannya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memberikan fasilitas pendukung seperti AC dan tempat yang nyaman. Evaluasi yang harus dilakukan adalah tempat parkir yang kurang luas.

7. Proses (*process*)

Proses merupakan semua alur kegiatan yang ada dalam aktivitas untuk menyampaikan jasa kepada konsumen. Proses yang terjadi meliputi kecepatan, kemudahan, ketepatan, respon ataupun tanggapan.¹⁵ Proses juga gabungan dari semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal kerja, mekanisme, aktivitas produk dan jasa bank yang disampaikan kepada nasabah, prosedur pelaksanaan, mekanisme kerja. Kerja alur pelayanan nasabah dan hal-hal lain yang bersifat rutin. Dari hasil wawancara di atas yang dilakukan oleh peneliti bahwa untuk jam operasional buka pada pukul 08.00-15.00 WIB, untuk jam istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB. Namun 30 menit sebelum jam operasional buka *branch manager* melakukan *briefing* kepada seluruh karyawan untuk mengevaluasi pekerjaan di hari sebelumnya. Dan untuk proses pelayanan kepada nasabah, pihak bank melakukan pelayanan semaksimal mungkin tergantung jenis kendala atau masalah yang dikeluhkan nasabah.

Berdasarkan penelitian di atas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam strategi proses dalam kegiatan atau alur dalam aktivitas untuk menyampaikan jasa kepada konsumen sudah sempurna. Dapat dilihat dari hasil wawancara di atas

¹⁵Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. (Jakarta: CV. Alfabeta 2010), 65.

bahwa bank tersebut sudah mengatur alur atau mekanisme karyawan dalam bekerja maupun konsumen atau nasabah.

Tahapan Strategi Bauran Pemasaran merupakan suatu proses yang membahas terkait perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember. Dalam melakukan sebuah strategi hal yang perlu diperhatikan adalah tahapan strategi, terdapat tiga tahapan proses strategi diantaranya:

a. Perumusan Strategi (*Strategy Formulation*)

Perumusan strategi adalah tahap awal yang dilakukan pada proses strategi. Dalam perencanaan proses jam kerja yang terjadwal dan dapat memberikan pelayanan yang baik untuk menjawab keluhan nasabah.

b. Implementasi Strategi (*Strategy Implemented*)

Pada tahap ini dilakukan penerapan strategi pendukung terhadap kinerja organisasi. Pelaksanaan pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sangat memperhatikan jam kerja yang berlaku, kantor buka mulai pukul 08.00 – 15.00, hal ini untuk memberikan pelayanan kepada nasabah.

c. Evaluasi Strategi dan Pengawasan

Tahap pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan, apakah sudah berjalan sesuai dengan perencanaan strategi yang dipilih.¹⁶ Evaluasi dilakukan 30 menit sebelum kantor buka oleh

¹⁶ Ibid.,

branch manager melakukan *briefing* kepada seluruh karyawan untuk mengevaluasi pekerjaan dihari sebelumnya.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa tahapan strategi proses yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah sesuai dengan teori yang mengatakan bahwa terdapat tiga tahapan dalam melakukan strategi yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan pada strategi proses ada pada jam kerja mulai jam 08.00 – 15.00, sedangkan dalam pelaksanaannya 30 menit sebelum jam kerja dilakukan *briefing* oleh *branch manager* guna melakukan evaluasi kerja di hari sebelumnya.

B. Analisis Kendala Yang Dihadapi Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember Dalam Menerapkan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar

Dalam memasarkan produk tabungan simpanan pelajar (SimPel), tentu saja terdapat berbagai kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember, dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa bank ini mengalami kendala berupa faktor internal seperti kurangnya SDM untuk menangani produk tabungan simpanan pelajar dan faktor eksternal seperti kondisi wilayah Jember Ambulu yang dibidang bukan kota besar serta tingkat pengetahuan masyarakat yang mempengaruhi pola pikir dan minat untuk membuka rekening simpanan pelajar. Selain itu juga karena faktor persaingan dengan lembaga keuangan lain yang juga menawarkan produk yang sama dengan persyaratan dan keunggulan yang berbeda.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa kendala Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam melakukan penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar masih belum sempurna. Dapat dilihat dari hasil wawancara diatas bahwa bank tersebut mengalami kendala pada bagian internal bank, yaitu sumber daya manusia. Sumber daya manusia yaitu karyawan yang belum memahami produk tabungan simpanan pelajar. Selain faktor internal terdapat masalah dibagian eksternal perusahaan, yaitu pihak masyarakat yang belum paham terhadap program tabungan simpanan pelajar. Selain itu faktor sumber daya manusia yang rendah dalam menyikapi program tabungan pelajar. Ada beberapa pesaing lembaga keuangan yang menawarkan produk yang sama dengan diimbangi keunggulan dan keistimewaan program yang sama.

C. Analisis Upaya Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar

Adapun upaya yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam mengatasi masalah kendala dalam strategi bauran pemasaran produk tabungan simpanan pelajar (SimPel) dari hasil wawancara diatas bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember memiliki solusi untuk masalah internal seperti menambah sumber daya manusia untuk menangani masalah pada produk tabungan simpanan pelajar. Untuk masalah eksternal pihak bank memiliki solusi seperti memaksimalkan promosi ke sekolah-sekolah atau masyarakat yang masih kurang paham dengan produk

tabungan simpanan pelajar dengan memberi brosur dan mengiklankan melalui media sosial. Serta menawarkan persyaratan dan keunggulan yang dimiliki produk tabungan yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember karena persaingan yang sangat ketat dengan lembaga keuangan lainnya.

Berdasarkan penelitian diatas yang dilakukan oleh peneliti bahwa Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember bahwa dalam menyikapi masalah yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran sudah memiliki langkah atau solusi untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Masalah tersebut terdiri dari masalah internal yaitu sumber daya manusia atau karyawan. Dalam hal ini pimpinan bank memiliki kebijakan untuk meningkatkan atau menambah sumber daya manusia yang menangani program tabungan simpanan pelajar. Selain itu, faktor eksternal juga memiliki kendala dalam hal memasarkan produk simpanan pelajar. Tetapi, pihak pimpinan bank sendiri memiliki solusi untuk menyikapi masalah tersebut. Langkah yang dilakukan yaitu melakukan promosi yang lebih ketat seperti melakukan promosi ke sekolah-sekolah dan melakukan edukasi terhadap pelajar dan wali murid manfaat adanya membuka rekening simpanan pelajar. Mereka juga melakukan promosi di media sosial supaya pelajar atau masyarakat lebih mudah memahami dan mengenal lebih dalam terhadap produk tabungan simpanan pelajar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pada penerapan Bauran Pemasaran 7P pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah menerapkan ketujuh unsur Bauran Pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dengan baik, produk tabungan pelajar sebagai produk yang dikenalkan kepada pelajar dengan tujuan agar pelajar belajar menabung sejak dini. Hal ini didukung dengan persyaratan yang mudah, biaya yang murah, serta lokasi yang mudah untuk dijangkau. Promosi yang dilakukan dengan baik dan proses pelayanan yang mudah serta terdapat alat – alat untuk mendukung Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember.
2. Kendala Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dalam melakukan penerapan strategi bauran pemasaran pada produk tabungan simpanan pelajar kendala pada bagian internal bank, yaitu sumber daya manusia. Sumber daya manusia yaitu karyawan yang belum memahami produk tabungan simpanan pelajar. Selain faktor internal terdapat masalah dibagian eksternal perusahaan, yaitu pihak masyarakat yang belum paham terhadap program tabungan simpanan pelajar. Selain itu faktor sumber daya manusia yang rendah dalam menyikapi program tabungan pelajar.
3. Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember bahwa dalam menyikapi masalah yang dihadapi dalam menerapkan strategi bauran pemasaran sudah memiliki langkah atau upaya untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Masalah tersebut terdiri dari masalah internal yaitu sumber daya

manusia atau karyawan. Dalam hal ini pimpinan bank memiliki kebijakan untuk meningkatkan atau menambah sumber daya manusia yang menangani program tabungan simpanan pelajar. Selain itu, faktor eksternal juga memiliki kendala dalam hal memasarkan produk simpanan pelajar. Tetapi, pihak pimpinan bank sendiri memiliki solusi untuk menyikapi masalah tersebut.

B. Saran

1. Dalam tahap strategi Bauran Pemasaran peneliti mengharapkan lebih ditingkatkan karena pada penerapannya pada Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember sudah diterapkan dengan baik. Sehingga hanya perlu ditingkatkan kembali kedepannya.
2. Dalam kendala yang dihadapi peneliti mengharapkan lebih ditekankan pada faktor internal untuk mengenalkan produknya lebih luas supaya dapat dikenal oleh masyarakat luas, untuk menyikapi kendala tersebut diharapkan memfokuskan pada produk tabungan pelajar dan melakukan pengenalan ke sekolah – sekolah agar pelajar dapat mudah memahami produk tersebut.
3. Dalam kendala penerapan strategi bauran pemasaran peneliti mengharapkan pihak Bank Syariah Indonesia KCP Ambulu Jember dapat lebih maksimal dalam melakukan promosi dengan media sosial, hal ini dilakukan agar dapat dikenal masyarakat luas. Dan melakukan pendekatan secara langsung untuk memberikan penjelasan terkait program yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ali Muhammad. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern*, Jakarta: Pustaka Aman, 1997.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Penerbit Gema Insani, 2001.
- Arifka, Nurul. "Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P Dalam Meningkatkan Penjualan: Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun", skripsi . Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2010.
- Bernita Putri Meilistiya. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton", skripsi Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.
- Binti Halimatus Solikhah. "Analisis Bauran Pemasaran Pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank BRI Syariah KCP Mojokerto Majapahit", skripsi Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.
- Danes Mahendra. Edo Fadli, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Impian dan Upaya Peningkatan Nasabah di BRI KCP Metro", skripsi Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2018.
- Desy Dwi Sulastriya Ningsih & M. Ruslianor Maika. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo", Volume 6, Nomor 3, 2020.
- Dian Aswari Nasution. "Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Simpanan Pelajar (iB) Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Gatot Subroto Kota Jambi", skripsi (Jambi: Universitas Islam Negeri Sulthan Thata Saifuddin, 2021.
- Dwi Cahyaningsih. "Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Pada PT. BPR Eka Bumi Artha KPO Metro", skripsi Metro: Universitas Agama Islam Negeri Metro, 2018.
- Ekawati Rahayu Ningsih. *Perempuan dalam Strategi Komunikasi* , Yogyakarta: Idea Press, 2009.
- Eky Devita Putri. "Pemasaran Produk Simpanan Pelajar Islamic Bank (SimPel IB) Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Kantor Cabang (KC) Sidoarjo Dalam Perspektif Pemasaran Islami", skripsi Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa* ,Malang:Bayumedia Publishing,2004.

- George R. Terry. Prinsip-prinsip Manajemen, Jakarta: Bumi Aksara, 2012..
- Gitosudarmo Indriyo. Manajemen Strategis. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001.
- H. Abd. Rahman Rahim dan Enny Radjab, “Manajemen Strategi”, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2016.
- <https://webform.bankbsi.co.id/catalog/produk/13>, (diakses pada 9 april 2023 jam 13.25).
- <https://www.bankbsi.co.id> diakses 06 Mei 2022.
- <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1619969045bsi-tabungan-simpanan-pelajar>, diakses pada 9 april 2023 jam 13.25
- Hurriyati, Ratih. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Jakarta: CV. Alfabeta 2010.
- Juraidah. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan SimPel IB Pada Bank Syariah Bukopin”, Skripsi , Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018.
- Karim, Adiwarmanto A. Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan. Jakarta: raja Grafindo, 2006.
- Karina Dwi Indah. “Analisis Komparasi Kinerja Keuangan Perbankan Syariah Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia”, Skripsi, Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang, 2021.
- Kartini Kartodo. Pengantar Metodologi Riset Sosial, Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kasmir dan Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis (Edisi Revisi), Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015.
- Kasmir dan Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis , Jakarta: Kencana, 2003.
- Kasmir, Manajemen Perbankan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kevin Lane Keller, Philip Kotler. Manajemen Pemasaran, ed 13, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Khotimatus Sa’diyah, Wiwik Hasbiyah AN & Zaldy Suhatman. “Analisis Strategi Pemasaran Syariah Di Bank BSI KC Ciputat”, Volume 5, Nomor 2, 2022.
- Kotler dan Armstrong. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT INDEKS, 2003.
- Liana Sandora. “Analisis Strategi Promosi Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Bengkulu”, skripsi Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2021.
- Lupiyoadi, Rambat. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- M. Irhas Effendi, Titik Kusmantini, Manajemen Strategi : Evolusi Pendekatan dan Metodologi Penelitian. Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta, 2021.
- M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung: Alfabeta, 2012.

- M. Taufik. *Dinamika Pemasaran Jelajahi Dan Rasakan* . Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Michael Armstrong. *Strategi Ilmu Resource Manajemen*. Jakarta: PT Gramedia, 2009.
- Mulyadi Nitisusanro. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta: Alvabeta, 2010.
- Nitisusanro, Mulyadi. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Alvabeta, 2010.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran 13 Jilid 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Ramadhan, Rizki. “Strategi Marketing Mix Guna Mengoptimalkan Pembiayaan Pensiun Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Metro“, skripsi . Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019.
- Samsu. *Metode Penelitian*. Jambi: PUSAKA JAMBI, 2017.
- Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia, Tbk”
<https://www.markombur.com/2021/02/sejarah-singkat-pt-bank-syariah.html> diakses pada tanggal 8 November 2021.
- Siti Imaniatul Muflihatin, Nursamsi & M Khoirul Muttaqin. “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan”, Volume 9, Nomor 2, 2021.
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Kedua”. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Suryana, *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- T. Heru Nurgiansah. *Pengembangan Kesadaran Hukum Berlalu Lintas Siswa Melalui Model Pembelajaran Juri Spiritual Dalam Pendidikan kewarganegaraan*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2018.
- Warnadi, Aris Triyono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Widia Sasa Angela Putri. “Strategi Pemasaran Tabungan Simpanan Pelajar Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru”, skripsi . Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2019.
- Wulandari, Tri. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) IB Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cilacap”, skripsi. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021.