

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan Bank yang secara operasional berbeda dengan Bank konvensional. Salah satu ciri khas Bank Syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bunga kepada nasabah, akan tetapi memberikan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan.<sup>1</sup>

Bank Syariah Indonesia hadir sebagai salah satu lembaga keuangan yang berpegang teguh pada prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia bertujuan untuk mempermudah aktifitas finansial serta memenuhi kebutuhan masyarakat, mulai dari perorangan maupun kelompok yang dilengkapi berbagai fasilitas untuk kenyamanan dan kemudahan nasabah. Aktifitas finansial masyarakat seperti menabung, transfer, tarik tunai, dan sebagainya.

Berbagai produk ditawarkan oleh Bank Syariah seperti Tabungan Faedah, Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Impian, Simpanan Faedah, Giro, Deposito, Kur Mikro Iq, KPR Faedah.<sup>2</sup>

Bank Syariah Indonesia KC Parepare diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Bank ini merupakan hasil penggabungan dari Bank BSM, BNI Syariah, dan BRI Syariah.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Ismail, *Perbankan Syariah* (Cet. V; Jakarta, 2017), h.29.

<sup>2</sup>Asti Khairunisa, *Modul Pelatihan Produk dan Produser Layanan Haji (BPIH) BRI Syariah*, ( Jakarta: indeks, 2020), h. 2.

<sup>3</sup> Heny Almada, "Peran BSI kc Parepare dalam meningkatkan ekonomi pelaku usaha mikro diujung sabbang kota parepare"(skripsi sarjana,Fakultas Ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam negeri Parepare, Parepare,2022), h.26.

Perbandingan Bank Syariah dengan Bank Konvensional adalah Bank Syariah tidak hanya berfokus pada keuntungan atau profit saja akan tetapi Bank Syariah juga menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari Bank, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa Perbankan Syariah. Sedangkan Bank Konvensional memiliki tujuan keuntungan dengan sistem bebas nilai atau dengan prinsip yang dianut oleh masyarakat umum.<sup>4</sup>

Sebagaimana ditetapkan dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji adalah rukun Islam kelima yang merupakan kewajiban sekali seumur hidup bagi setiap orang Islam yang menunaikannya. Untuk itu diperlukannya dana yang cukup dan aman untuk menunaikan salah satu rukun Islam tersebut sekarang banyak Perusahaan-perusahaan yang membuka biro perjalanan haji, baik ONH (Ongkos Naik Haji) atau ONH plus, Begitupun juga dengan Perbankan Syariah.

Tabungan Haji adalah tabungan yang menggunakan prinsip Mudharabah, karena bagi hasil yang lebih menarik, mudharabah yaitu simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan. Simpanan ini menerapkan Titipan dan imbalan sistem bagi hasil *mudharabah*. Karena adanya persaingan antara bank saat ini, maka Bank Indonesia yang memiliki produk

---

<sup>4</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*(Cet. V; Jakarta, 2017), h.39

tabungan haji Indonesia dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.<sup>5</sup>

Adapun Jenis jenis tabungan haji yaitu:

1. Tabungan Haji Indonesia wadiah
2. Tabungan Haji Indonesia mudharabah

Tabungan wadiah adalah jenis tabungan yang tujuan utamanya untuk menyimpan dana. Sedangkan Tabungan Mudharabah adalah jenis tabungan dengan tujuan utamanya adalah berinvestasi, sehingga akhir bulan nasabah akan mendapatkan tambahan uang yaitu berupa bonus yang diberi oleh Bank.

Tabungan Haji merupakan produk yang disediakan oleh Bank untuk membantu meringankan biaya nasabah yang akan melakukan Ibadah Haji dengan cara nasabah menabung di bank syariah indonesia. didalam agama Islam ibadah Haji merupakan salah satu rukun islam yang ke lima yang harus dijalankan oleh setiap orang yang mampu dari segi fisik maupun materi maka dari itu Bank syariah memberikan peluang untuk orang-orang yang ingin melaksanakan Ibadah Haji.

Strategi *Marketing* adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberikan perusahaan memanfaatkan potensi sumber daya manusia pada pasar yang saling menguntungkan. Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha yang berorientasi profit maupun usaha usaha sosial.pemasaran sangat penting dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan

---

<sup>5</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta, 2021), h. 2.

keinginan masyarakat akan suatu produk ataupun jasa. pemasaran akan semakin penting dan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat.

*Marketing relationship* adalah salah satu yang digunakan Bank dalam melakukan pendekatan terhadap nasabah yang melakukan pembiayaan. *Marketing relationship* adalah upaya untuk mengembangkan relasi yang berkesinambungan dengan para pelanggan.<sup>6</sup>

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penyusun di Bank Syariah Indonesia KC Parepare bahwasanya persoalan yang mendasar tentang ibadah haji adalah masalah pendanaan banyak masyarakat ingin melaksanakan ibadah haji tetapi terkendala oleh biaya. Selain itu kuota jamaah haji terbatas, orang yang mendaftar haji tahun ini mungkin baru akan berangkat sekitar 15 tahun yang akan datang bahkan lebih.

Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh. Oleh karena itu, penyusun mengangkat penelitian ini dengan judul “*Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah yang akan diangkat oleh peneliti yaitu:

1. Bagaimana strategi marketing Relationship pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji?

---

<sup>6</sup>Fandytjibtono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: bayu Media Publishing, 2020), h.413.

2. Apa saja kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Tabungan Haji?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### 1. Tujuan Penelitian

Dalam pembahasan judul ini, peneliti akan mengemukakan beberapa hal yang akan menjadi tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi marketing relationship tabungan haji pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji pada bank syariah Indonesia KC Parepare.
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Tabungan Haji.

#### 2. Manfaat penelitian

##### a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan bisa menambah bukti hasil penelitian mengenai Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam mengembangkan Strategi *Marketing Relationship* pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji.

##### b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pemikiran tentang Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji.

- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan kendala-kendala dalam memasarkan Tabungan Haji

**D. Deskripsi Fokus dan Fokus Penelitian**

No	Fokus Penelitian	Deskripsi fokus
1	Strategi Marketing Relationship Tabungan Haji Indonesia BSI KC Parepare	Strategi Marketing Tabungan Haji Indonesia BSI KC Parepare
2	Tabungan Haji Indonesia	Kendala-kendala dalam memasarkan Tabungan Haji Indonesia



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Hubungan dengan penelitian sebelumnya

Dalam tinjauan pustaka ini penulis akan mendeskripsikan beberapa karya ilmiah yang mengilhami diadakan penelitian ini. Namun bukan berarti penulis bermaksud menafikan keberadaan karya ilmiah yang lain yang tidak disebutkan dalam tinjauan pustaka ini.

NO	NAMA PENELITI	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Asti Khairunnisa, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Kantor Cabang Pemabantu Suka Bumi Cicurug” <sup>7</sup>	Penelitian ini membahas terkait pemasaran tabungan haji	Skripsi Asti khairunnisa menggunakan strategi pemasaran produk sedangkan pada penelitian ini menggunakan strategi <i>marketing relationship</i> .
2.	Rahma Widia, “Strategi <i>Relationship Marketing</i> dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro (Studi pada PT BNI Syariah Kantor Cabang bengkulu)” <sup>8</sup>	Penelitian Ini membahas terkait Membahas tentang strategi <i>Relationship Marketing</i>	Skripsi Rahma Widia membahas terkait Nasabah Pembiayaan Mikro, Sedangkan Penelitian Ini membahas keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji

<sup>7</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Kantor Cabang Pemabantu Suka Bumi Cicurug*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), h. 1

<sup>8</sup>Rahma Widia, *Strategi Relationship Marketing dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro (Studi pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu)*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu), h.1. 20.

			pembiayaan mikro
3.	Jepri Saputra, “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang” <sup>9</sup>	Penelitian ini membahas terkait Strategi pemasaran Tabungan Haji	Skripsi Jepri Saputra membahas strategi pemasaran tabungan haji, sedangkan penelitian ini mengkerucutkan pada pendekatan pemasaran tabungan haji.

Adapun perbedaan dari hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya yaitu beberapa penelitian sebelumnya lebih cenderung membahas Produk Tabungan Haji saja dan Strategi Marketing Relationshipnya lebih cenderung pada meningkatkan kedisiplinan nasabah. Ada juga penelitian sebelumnya yang lebih cenderung membahas pendekatan pemasaran Tabungan haji, Sedangkan penelitian saya membahas tentang Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Indonesia.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Bank Syariah**

Berdasarkan Undang Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Yang di maksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

---

<sup>9</sup>Jepri Saputra, *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang*. (Sarjana Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri IAIN Metro), h.1. 21

Bank menghimpun dana masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak. Dua fungsi pokok bank yaitu penghimpun dana masyarakat dan penyaluran dana kepada masyarakat, oleh karena itu disebut *Financial Intermediary*.<sup>10</sup>

Bank Syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank Syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya Krisis Moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan Konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti Merupakan Bank Konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah kedua di Indonesia. Bank Syariah memiliki Sistem operasional yang berbeda dengan Bank Konvensional. Bank Syariah Memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam system operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank Syariah tidak mengenal system bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.<sup>11</sup>

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak

---

<sup>10</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*. Cet. V; (Jakarta: Kencana, 2017), h. 30

<sup>11</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*: (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2017), h.31

membayar bunga kepada nasabah. Undang Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, Kegiatan Usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>12</sup>

#### Produk-Produk Perbankan Syariah

1. Kegiatan menghimpun dana melalui produk Giro, Tabungan dan Deposito yang dapat diaplikasikan dengan prinsip *Wakalah* dan atau prinsip *mudharabah*.
2. Kegiatan penyaluran dana atau pembiayaan, yang dapat diaplikasikan dengan prinsip syariah sebagai berikut
  - a) Transaksi bagi hasil dalam bentuk *Mudharabah* dan *Musyarakah*.
  - b) Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk Ijarah dan sewa beli dalam bentuk *Ijarah Muntahiyah Bi Tamlik*.
  - c) Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murabahah*, *Salam*, *Istishna*.
  - d) Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*.
3. Kegiatan jasa layanan perbankan dalam bentuk *Hawalah*, *Kafalah*, *Sharf* dan *Rahn*.
4. Kegiatan fungsi sosial, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak sedekah, hibah, atau dana sosial lainnyadan menyalurkannya pada organisasi pengelola zakat.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Ismail, *Perbankan Syariah: (Cet. V; Jakarta: Kencana, 2017)*, h.33

<sup>13</sup> Irfan Harmoko, “*Strategi pemasaran produk Bank Syariah dalam persaingan bisnis Perbankan Nasional*” *Jurnal Perbankan Syariah* No. 1. 2019, h. 27.

## 2. Tabungan Haji

### 1) Tabungan

Tabungan menurut Undang Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya.<sup>14</sup>

Tabungan Syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwah yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah atau mudharabah.<sup>15</sup>

Tabungan Wadiah merupakan jenis simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Sedangkan Tabungan Mudharabah merupakan produk penghimpun dana oleh Bank Syariah yang menggunakan akad mudharabah muthlaqah menerapkan system bagi hasil antara Nasabah dan pihak Bank melalui uang tabungan yang dikelola oleh pihak Bank sesuai kesepakatan kedua belah pihak atau Bank Syariah bertindak sebagai mudharib dan nasabah sebagai shahibul maal atau pemilik modal.

Tabungan Haji adalah jenis simpanan yang diperuntukkan bagi umat islam yang ingin mengumpulkan dana untuk melaksanakan ibadah Haji ke Tanah Suci.

### 2) Haji

Arti kata Haji berasal dari bahasa Arab hajja-yahujju-hujjan, yang berarti *qoshada*, yakni bermaksud atau berkunjung. Sedangkan dalam istilah Agama, haji

---

<sup>14</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2022), h.57.

<sup>15</sup>Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan keuangan*, (PT Raja Grafindo Persada, 2020), h. 297.

adalah sengaja berkunjung ke baitullah Al-Haram (Ka'bah) di Makkah Al-Mukarromah untuk melakukan serangkaian amalan yang telah diatur dan ditetapkan oleh Allah SWT. Sebagai ibadah dan persembahan dari hamba kepada Tuhan. Haji adalah sengaja mengunjungi Baitullah untuk melakukan serangkaian ibadah ditempat-tempat tertentu pada waktu tertentu dan cara-cara tertentu dengan mengharap ridha Allah SWT.<sup>16</sup>

#### a. Hukum Haji

Ibadah haji adalah wajib bagi umat islam yang telah memenuhi syarat. Ibadah haji diwajibkan hanya sekali seumur hidup . Hukum haji kedua dan seterusnya adalah sunat. Tapi, bagi mereka yang bernadzar haji, hukum haji yaitu menjadi wajib akibat nadzar.<sup>17</sup>

Allah Berfirman dalam Q.S. Ali'imran/3:97.

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ ۖ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا ۗ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ  
وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

Terjemahnya:

‘’ Mengerjakan haji adalah kewajiban , manusia terhadap Allah, yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barang siapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta Alam’’<sup>18</sup>

Rasulullah SAW. Juga bersabda.

○.الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا وَالْحُجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ

<sup>16</sup>Yeyen Priyanti, “Analisis Mekanisme Penghimpun Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah” Jurnal No. 2. 2021, h. 278.

<sup>17</sup>Nizar, *Tuntunan Manasik Haji dan Umrah*. (Jakarta: Kementerian Agama, 2020) h.

<sup>18</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahnya* ( h. 13-15)

Terjemahnya:

“Umrah yang satu dengan umrah yang berikutnya adalah penghapus dosa yang dilakukan antara masa keduanya, sedangkan haji mabrur balasannya tiada lain adalah surga”(HR. Rasulullah SAW.)<sup>19</sup>

Kewajiban ibadah haji mengandung banyak hikmah besar dalam kehidupan rohani seorang mukmin. Diantara hikmah itu adalah:

- a. Haji merupakan manifestasi ketundukan kepada Allah SWT. Semata. Orang yang menunaikan ibadah haji meninggalkan segala kemewahan dan keindahan, dengan busana ihram sebagai manifestasi kefakirannya dan kebuthannya pada Allah, serta meninggalkan masalah duniawi.
- b. Melaksanakan ibadah haji merupakan ungkapan syukur atas nikmat harta dan kesehatan yang diberikan oleh Allah SWT.

sebagian ulama berpendapat bahwa haji adalah menuju ke ka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau secara lain Haji adalah mengunjungi suatu tempat tertentu (ka'bah dan arafah) pada waktu tertentu (Syawal, Dzulqaidah, Dzulhijjah, dan 10 malam pertama bulan dzulhijjah) dengan melakukan suatu pekerjaan seperti (Ihram, Wukuf, Mabit di Mina dan Musdalifah).<sup>20</sup>

b. Syarat Syarat haji yaitu:

- 1) Islam
- 2) Baligh

---

<sup>19</sup> Abu Abdillah al- Bukhari, Sahih Bukhari, *wujub al-umrah wafadhluha*, no 1773, (Beirut:Dār Ibnu Katsir, 1987 H).

<sup>20</sup>Nasukhah,Zuhan, *Studi Fungsi Koordinasi dalam KBIH Amanat Bangsa Surabaya*.(Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, IAIN Sunan Ampel Surabaya, 2016), h. 27.

- 3) Aqil
- 4) Mampu
- 5) Merdeka

c. Rukun haji

- 1) Ihram ialah niat memulai mengerjakan ibadah haji atau umrah, selama dalam keadaan ihram seseorang diharamkan melakukan perbuatan yang sebelumnya di halalkan. Dengan mengucapkan niat haji dan umrah maka seseorang telah memulai melaksanakan haji atau umrah.
- 2) Wukuf di arafah merupakan salah satu rukunhaji yang paling utama. Seseorang yang tidak melaksanakan wukuf berarti tidak mengerjakan haji.
- 3) Thawaf atau mengelilingi ka'bah sebanyak 7 kali yang dimulai dari hajar aswad. Mengelilingi ka'bah berlawanan dengan arah jarum jam sambil berdoa
- 4) Sa'i berjalan dari bukit safa ke marwah sebanyak 7 kali
- 5) Cukur atau tahallul

### **3. Strategi Marketing Relationship**

1) Pengertian Strategi

Dalam Berbisnis seseorang akan berhadapan dengan lingkungan persaingan yang amat dinamis, Khususnya dalam dunia pemasaran atau marketing, Perubahan lingkungan yang dinamis sering kali gagal diantisipasi dengan baik

oleh para pebisnis, sehingga banyak perusahaan perusahaan besar banyak mengalami kerugian karna gagal mengantisipasinya.<sup>21</sup>

Strategi telah didefinisikan oleh beberapa penulis , Seperti:

- 1) Strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan, dan penerapan serangkaian tindakan,serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran.<sup>22</sup>
- 2) Strategi adalah sekumpulan pilihan dasar atau kritis mengenai tujuan dan cara dari bisnis.<sup>23</sup>
- 3) Strategi adalah arah dan cakupan organisasi secara ideal untuk jangka yang lebih panjang, yang menyesuaikan sumberdayanya dengan lingkungan yang berubah, dan secara khusus, dengan pasarnya, dengan pelanggan,dan kliennya untuk memenuhi harapan *stakeholder*.<sup>24</sup>

Berdasarkan keseluruhan definisi strategi diatas, maka strategi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan dan sasaran.<sup>25</sup>

Jenis-Jenis Strategi:

---

<sup>21</sup>Djasim Saladin, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*, ( Bandung: Linda Karya, 2021), hal. 18

<sup>22</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta, 2021), h.22

<sup>23</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta, 2021), h.22

<sup>24</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta, 2021), h.22

<sup>25</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2011), hal. 76

### 1) Strategi Penetrasi Pasar

Strategi Penetrasi Pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan meningkatkan jumlah jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini sangat cocok untuk pasar yang tumbuh dengan lambat.<sup>26</sup>

### 2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi Pengembangan Produk adalah untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau dengan memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas didalam menciptakan produk merupakan kunci utama dalam strategi ini. Dalam Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru terhadap konsumen.<sup>27</sup>

### 3) Strategi Integrasi

Apabila perusahaan mengalami kesulitan liquiditas yang sangat parah, maka perusahaan menggunakan strategi integrasi atau pilihan akhir. Perusahaan biasanya melakukan Strategi Diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.<sup>28</sup>

### 4) Strategi Diversifikasi

Strategi Diversifikasi baik konsentrasi maupun Diversifikasi konglomerat. Diversifikasi adalah perusahaan memfokuskan suatu segmen pasar

---

<sup>26</sup>Hari Sumanto, *Pemasaran*, (Bandung: Inter Aksara,2021), hal.20

<sup>27</sup>Asti Khairunnisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta, 2021), h.24

<sup>28</sup>Asti Khairunisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Cicurug*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), h. 24.

tertentu dengan menawarkan berbagai macam produk perusahaan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai macam produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (*korporat*).<sup>29</sup>

#### 5) Strategi Pengembangan Pasar

produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini apabila pasar sudah padat.<sup>30</sup>

#### 2) Pengertian *Marketing Relationship*

Istilah *marketing relationship* muncul pertama kali dalam pemasaran jasa melalui sebuah makalah pada tahun 1983 oleh Leonard L Berry. Berry mengartikan “*marketing Relationship*” sebagai menarik, memelihara Dalam organisasi multi jasa dengan memperkuat hubungan dengan pelanggan.<sup>31</sup>

*Marketing Relationship* adalah suatu konsep yang mencakup tentang menjalin hubungan baik antara penjual maupun pelanggan. *Marketing relationship* adalah pendekatan yang bertujuan pada membangun hubungan

---

<sup>29</sup>Asti Khairunisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Cicurug*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), h.25

<sup>30</sup>Asti Khairunisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Cicurug*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), h. 26

<sup>31</sup>I Made Sukresna, *Penerapan Relationship Marketing dalam Saluran Distribusi Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* No. 2, 2014, h. 2

jangka panjang dengan konsumen untuk membangun kepercayaan, komitmen, dan pada akhirnya menumbuhkan loyalitas terhadap perusahaan.<sup>32</sup>

Menurut Shani & Chalasani dalam buku Fandy Tjiptono mendefinisikan *Marketing Relationship* sebagai upaya mengembangkan relasi berkesinambungan dengan para pelanggan dalam kaitannya dengan serangkaian produk dan jasa.<sup>33</sup>

Tujuan *Marketing Relationship* adalah untuk menemukan nilai sepanjang hidup atau *life time value* dari pelanggan. Setelah mendapatkan *life time value* maka selanjutnya adalah bagaimana *life time value* masing-masing kelompok dapat diperbesar dari tahun ke tahun. Setelah itu bagaimana cara menggunakan laba yang didapat untuk mendapatkan pelanggan baru dengan biaya yang relative murah. Maka dari itu tujuan jangka panjangnya adalah menghasilkan keuntungan terus menerus dari dua kelompok pelanggan lama dengan pelanggan baru.<sup>34</sup>

Pendekatan *Marketing relationship*

a. *Social Benefit*

Manfaat yang diperoleh adalah untuk membantu meningkatkan hubungan dengan mempelajari kebutuhan dan keinginan para pelanggan.

Menurut Gautama ada 2 model pendekatan social,” yaitu.<sup>35</sup>

---

<sup>32</sup> Rahmiati, *Relationship Marketing: Paradigma Baru dalam Mempertahankan Pelanggan*, Jurnal Pemasaran Bisnis, No.2, 2010, h.102.

<sup>33</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu media Publishing, 2020), h.413

<sup>34</sup>Rahma Widia, *Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2020), h. 24.

<sup>35</sup>Sriani, *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Platon Niaga Berhangka Pekanbaru*, Jurnal Pemasaran, No. 2, 2013, h. 23.

## 1. Hubungan Pelanggan

Pendekatan ini dilakukan dengan membangun hubungan kekeluargaan dengan pelanggan.

## 2. Kemitraan

Pendekatan ini dapat dilakukan dengan melakukan Kemitraan pemasok, kemitraan antar perusahaan, kemitraan internal atau karyawan.<sup>36</sup>

### *b. Structural Ties*

Ikatan Struktural akan membantu hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Dalam melakukan pendekatan ikatan structural, Perusahaan melakukan model pendekatan, yaitu:

#### 1) Pendekatan Komunitas

Pendekatan komunitas adalah pendekatan *marketing relationship* yang sering dilakukan oleh perusahaan di Indonesia. Perusahaan menggunakan pendekatan ini dengan cara membentuk komunitas. Tujuan dari pendekatan komunitas ini yaitu membangun hubungan antara perusahaan dengan komunitas masyarakat.

#### 2) Kegiatan *Brand Activation*

*Brand Activation* adalah sebuah pendekatan yang mengintegrasikan seluruh komunikasi. Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan sebuah *event*.

#### 3) *Customer Service Online*

Pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan pelaksanaan pelayanan berbasis online. Pendekatan ini diharapkan dapat mempermudah

---

<sup>36</sup>Rahma Widia, *Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu, 2020), h. 25

konsumen. Pendekatan ini juga dilakukan untuk menampung aspirasi dan kritikan dari konsumen.<sup>37</sup>

Kendala-kendala dalam pemasaran atau marketing

a) Kendala Internal

1. Perencanaan Strategi pemasaran tidak matang
2. Target pasar terlalu lebar
3. Target pasar yang salah
4. Tidak melaksanakan bauran pemasaran( Marketing Mix) secara optimal
5. Masalah pemasaran yang dipengaruhi oleh harga
6. Sasaran dan tujuan yang kurang tepat
7. Jumlah pemasok yang tidak mencukupi
8. Manajemen yang tidak terorganisir
9. Rencana finansial yang tidak diatur secara matang

b) Kendala Eksternal

1. Tekanan tekanan persaingan
2. Kekurangan informasi yang akurat dan up to date
3. Dumping dan anti dumping
4. Masalah pada lingkungan kebudayaan
5. Timbulnya rasa persaingan ataupun lingkungan saing
6. Kekurangan dan tidak meneliti bahan mentah yang dibutuhkan
7. Rendahnya kemampuan tawar menawar<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup>Siti Chamida, *Relationship Marketing Sebagai Upaya Membentuk Retensi Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Manajemen dan Ekonomi (Vol. 01 No. 01) 3-5. 2020.

3) Strategi *Marketing Relationship* adalah suatu proses untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan-hubungan yang kuat dengan para pelanggan dan stakeholder lainnya.

#### **4. Keputusan Nasabah**

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam manajemen pemasaran, mereka menyatakan bahwa terdapat beberapa factor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat dalam mengomsumsi suatu barang dan jasa yaitu, factor budaya, factor sosial, factor pribadi dan factor psikologis.<sup>39</sup>

Keputusan Nasabah adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Keputusan adalah pilihan yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu atau dua kategori: terprogram atau tidak terprogram. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila pilihan alternative tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan nasabah adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses. Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga pada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi.

Proses keputusan nasabah yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut:

---

<sup>38</sup>Asti Khairunisa, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Cicurug*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2021), h.25

<sup>39</sup>Philip Kotler and Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, ( Jakarta: Erlangga, 2018), h. 172.

- a. Pengenalan masalah, yaitu konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan
- b. Pencarian informasi, konsumen ingin mencari lebih banyak konsumen yang mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.
- c. Evaluasi alternatif yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan yang terbaik
- d. Keputusan membeli, yaitu melakukan keputusan untuk pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap merek yang akan dipilih
- e. Perilaku sesudah pembelian, yaitu perilaku setelah konsumen membeli barang mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.<sup>40</sup>

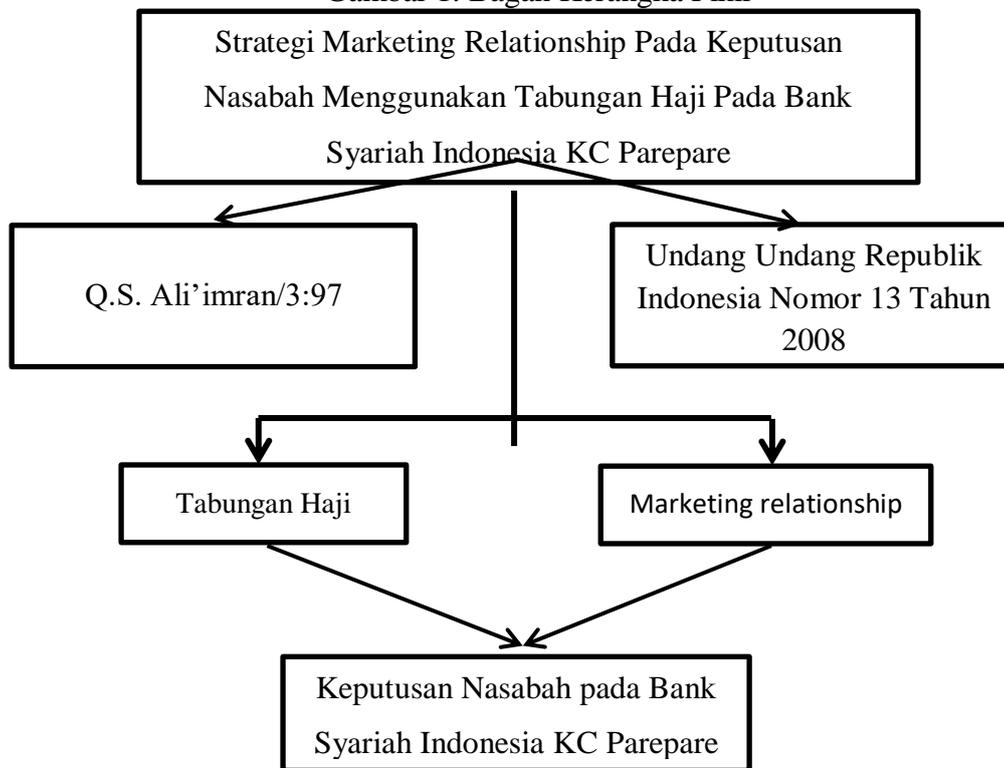
### **3. Kerangka Pikir Penelitian**

Kerangka pemikiran merupakan susunan konstruksi logika yang diatur dalam rangka menjelaskan variable yang diteliti. Kerangka berfikir dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika untuk mengkaji secara sistematis kenyataan empirik dan juga untuk memperjelas variable yang diteliti. Di dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare

---

<sup>40</sup>Angga ekadhesti, *Identifikasi Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk menggunakan jasa Bank Muamalat kantor cabang pembantu purbalingga*. (Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2017), h. 11-12.

Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Lokasi Penelitian**

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan memaparkan dan menggambarkan keadaan serta fenomena yang lebih jelas mengenai situasi yang terjadi, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kualitatif. Kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti berperan menjadi instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada *makna* dari pada *generalisasi*.<sup>41</sup>

Data yang didapat disini sangat dibutuhkan untuk menganalisis Strategi Marketing Relationship Pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Namun juga tidak bisa terlepas dari penelitian kepustakaan (*Library research*) Karena ini dapat dijadikan salah satu rujukan untuk mencari literature-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang efektivitas manajemen konflik dan hal-hal lain yang berkaitan dengannya.

Lokasi penelitian ini adalah di Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Waktu Penelitian ini berlangsung selama 2 bulan terhitung pada bulan Agustus hingga pada bulan September 2023.

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet. XXV; (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 9.

## **B. Sifat Penelitian**

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis terhadap suatu objek tertentu karena penelitian ini semata-mata menggambarkan suatu objek untuk mengambil kesimpulan-yang berlaku secara umum

## **C. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif. Secara umum jenis pendekatan ini dapat diartikan secara luas, yaitu bukan hanya memberikan gambaran terhadap fenomena, melainkan juga dapat menerangkan hubungan-hubungan dan memperkuat prediksi serta mendapatkan makna dan kompilasi dari permasalahan yang hendak dicapai. Disebut kualitatif karena data informasi yang digunakan adalah konsep-konsep dan pernyataan-pernyataan yang bersifat kualitatif.

Pendekatan kualitatif dengan mewawancarai Pegawai Bank Syariah Indonesia KC Parepare dan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Parepare Untuk menghasilkan data yang diperlukan.

## **D. Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh adalah subjek dari mana data diperoleh. Data Penelitian ini dapat diperoleh dari beberapa sumber data yaitu sebagai berikut:

### a) Data Primer

Data Primer adalah data yang digunakan dalam sejumlah disiplin ilmu untuk menggambarkan bahan sumber yang terdekat dengan orang, informasi,

periode, atau ide yang dipelajari.<sup>42</sup> Data Primer juga merupakan data yang diperoleh dengan melakukan wawancara untuk melakukan kuesioner, dengan demikian data primer dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari masing masing Pegawai dan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Parepare.

#### b) Data Sekunder

Data sekunder bisa disebut dengan sumber-sumber yang menjadi bahan penunjang dan melengkapi data dalam suatu analisis. Data sekunder diperoleh dari sumber tertulis dari buku, internet, jurnal, skripsi, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

### **E. Instrumen Penelitian**

Penelitian merupakan upaya untuk mengembangkan pengetahuan, serta mengembangkan dan menguji teori. Penelitian kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya. Informan dalam metode kualitatif berkembang terus (*snowball*) secara bertujuan (*purposive*) sampai data yang dikumpulkan dianggap memuaskan atau jenuh (*redundancy*). Peneliti merupakan *key instrument* dalam mengumpulkan data, peneliti harus terjun sendiri kelapangan secara aktif.<sup>43</sup>

Adapun alat yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data-data adalah Hp, buku, pulpen, catatan dan alat perekam suara.

---

<sup>42</sup>Mohamad Mostari Dan M. Taufiq Rahman, *Pengantar Metode Penelitian*. [https://www.researchgate.net/publication/338548973\\_Pengantar\\_Metode\\_Penelitian](https://www.researchgate.net/publication/338548973_Pengantar_Metode_Penelitian) (Januari 2012), H. 40.

<sup>43</sup>Thalha Alhamid dan Budur Anufia, *Instrumen Pengumpulan Data*, Fakultas Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong, 2019.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

### 1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data melalui offline atau situs akun resmi Bank Syariah Indonesia. Di sini peneliti secara langsung melakukan pengamatan sebanyak 2 kali mengenai Strategi Marketing Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan. Dalam melakukan wawancara dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab secara sepihak, berhadapan muka, dan dengan arah serta tujuan yang telah ditentukan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, karya dan sebagainya. Data yang dikumpulkan dalam dokumentasi adalah foto wawancara antara peneliti dengan informan serta foto kegiatan lainnya.

## **G. Teknik Analisis Data**

Teknik Analisis data kualitatif dilakukan dengan mengorganisasi data dan memilih data yang penting dan diteliti serta menarik kesimpulan, secara sistematis mencari dan meringkas data yang diperoleh dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data (seperti wawancara, kuesioner, observasi dan dokumen, seperti

rekaman video/audio). Mengolah dan menarik kesimpulan agar mudah dimengerti penulis sendiri dan orang lain.<sup>44</sup>

#### a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya. Berkaitan dengan tema ini, setelah data-data terkumpul yaitu berkaitan dengan masalah Strategi Marketing Relationship pada Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji, selanjutnya dipilih yang penting dan difokuskan pada pokok permasalahan.

#### b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data, penyajian data adalah menguraikan data dengan teks yang bersifat naratif. Tujuan penyajian data ini adalah memudahkan pemahaman terhadap variabel dan bisa segera dilanjutkan penelitian ini berdasarkan penyajian yang telah dipahami. Dengan menyajikan data, akan memudahkan peneliti untuk memahami hal-hal yang terjadi selama penelitian berlangsung.

#### c. Kesimpulan Sementara

Langkah ketiga yaitu mengambil kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian ini mengungkapkan temuan berupa hasil deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih kurang jelas dan apa adanya kemudian diteliti menjadi lebih jelas dan diambil kesimpulan. Kesimpulan ini untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan diawal.

---

<sup>44</sup>Hayyu Anindita, *Teknik Analisa Data Kualitatif*,( Pt. Jojo Nomic Indonesia, 20 Maret 2021), h. 78.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia KC Parepare**

Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan Bank Syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

BSI merupakan hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha Bank Syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.<sup>45</sup>

Sebelum menjadi Bank Syariah Indonesia KC Parepare awalnya dari BNI Syariah BRI Syariah dan Mandiri Syariah bergabung menjadi tiga Bank setelah itu berubah menjadi BSI KC Parepare pada tahun 2021.<sup>46</sup>

Bank Syariah Indonesia KC Parepare terletak di Jalan Lahalede, Kelurahan, Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Bank Syariah Indonesia KC Parepare beroperasi setiap hari Senin sampai hari Jumat mulai pukul 07.00 WITA- 05.00 PM.

---

<sup>45</sup> <https://www.bankbsi.co.id/company-information>

<sup>46</sup> Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KC Parepare

## 2. Visi, Misi dan Tujuan Bank Syariah KC Parepare

### a. Visi

Menjadi salah satu dari sepuluh bank syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun kedepan.

### b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.<sup>47</sup>

## B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah peneliti lakukan, berikut akan dipaparkan beberapa hasil penelitian terkait strategi *marketing relationship* pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji pada bank syariah Indonesia kc parepare.

### 1) Strategi Marketing Relationship pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji

#### a. Hasil Observasi

Observasi adalah proses pengamatan terhadap suatu objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena

---

<sup>47</sup>Dokumentasi Bank Syariah Indonesia KC Parepare

berdasarkan apa yang telah diketahui sebelumnya, agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan penelitian.

Strategi Marketing yang digunakan Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan tabungan Haji adalah Strategi Cross selling, pemasaran melalui media sosial, melalui Door to door.

Setelah penyusun memberikan gambaran umum tentang objek penelitian, maka pada bagian ini akan menggambarkan sejauh mana tingkat pemahaman terkait strategi *marketing Relationship* pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menganalisis dan mengkaji terkait dengan strategi *marketing Relationship* pada keputusan nasabah menggunakan tabungan haji pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan wawancara, responden dalam penelitian merupakan Nasabah, pegawai BSI KC Parepare yang berjumlah 1 orang pegawai, dan 4 orang Nasabah. Sebelum itu penyusun akan memberikan sedikit gambaran mengenai Strategi *Marketing Relationship* pada keputusan Nasabah menggunakan Tabungan Haji pada Bank Syariah Indonesia KC Parepare.

Strategi adalah suatu perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan.

*Marketing Relationship* adalah konsep yang mencakup tentang menjalin hubungan baik antara penjual maupun pelanggan.

Tabungan Haji adalah simpanan yang diperuntukkan bagi umat islam yang ingin mengumpulkan dana untuk melaksanakan ibadah haji ke tana suci.

b. Hasil wawancara

Pertanyaan pertama yang peneliti ajukan kepada responden yaitu Apa yang dimaksud dengan Tabungan Haji dan apa manfaat yang di dapatkan dari produk tersebut?

Responden mengatakan:

“Tabungan haji yaitu tabungan yang di siapkan untuk tujuannya untuk naik haji. karna jenis tabungannya adalah tabungan jangka panjang, maka tabungan haji tidak bisa diambil sebelum dananya terkumpul sesuai biaya Haji yang berlaku. Tabungannya hanya bisa diambil apabila ada keperluan mendesak. Manfaatnya juga yaitu ketika dana sudah terkumpul sekitar Rp. 25.000.000, pihak bank akan langsung mendaftarkan ke kemenag sebagai calon jamaah Haji”<sup>48</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tabungan haji memang diperuntukkan kepada orang muslim untuk menunaikan ibadah haji ke tanah suci dan dananya tidak bisa diambil kecali ada keperluan mendesak.

Pertanyaan kedua responden kepada pegawai yaitu Apa keunggulan yang ditawarkan BSI KC Parepare terhadap produk Tabungan Haji. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari pegawai BSI KC Parepare sebagai berikut:

“Nasabah bisa mendapatkan hadiah kalau uangnya tidak diambil selama satu tahun terus hadiahnya itu berupa mukenah, sajadah, sajadah besar dengan sajadah yang digunakan untuk taveling nah kalo sajadah traveling

---

<sup>48</sup>Rizki Fajarwati, Customer service BSI KC Parepare, Wawancara oleh peneliti di parepare, 16 Oktober 2023.

itu nasabah harus menyimpan uangnya selama setahun Rp. 2.500.000”. dan juga masih banyak hadiah lainnya.<sup>49</sup>

Berdasarkan dari jawaban tersebut terkait pertanyaan kedua diatas peneliti bisa simpulkan bahwa keunggulan yang ditawarkan BSI KC Parepare yaitu apabila sudah memenuhi syarat yang ditentukan maka nasabah bisa mendapatkan hadiah dari BSI KC Parepare.

Pertanyaan ketiga yang peneliti ajukan kepada responden yaitu sejak kapan Tabungan Haji Indonesia dioperasikan di BSI KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel dari jawaban responden sebagai berikut:

“Sebelum jadi Bank Syariah Indonesia dulu itu masih Bank Syariah Mandiri mulai dioperasikan sejak tahun 2010, kalau sekarang Bank Syariah Indonesia berdiri sejak pada 1 february 2021 bertepatan dengan 19 jumadil akhir 1442 H”.<sup>50</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut terkait pertanyaan ketiga diatas. Peneliti bisa simpulkan bahwa sebelum menjadi Bank Syariah Indonesia dulu masih Bank Syariah Mandiri dan Bank Syariah mulai dioperasikan sejak tahun 2021.

Selanjutnya pertanyaan keempat untuk pegawai Bank Syariah Indonesia KC Parepare yaitu Bagaimana prosedur pengajuan yang dilakukan Nasabah untuk mengajukan tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan berikut peneliti sajikan sampel jawaban dari responden

“bawa saja KTP yang sudah terdaftar secara online di dukcapil nanti dibantu buka melalui hp kemudian nasabah mendownload BSI Mobile nanti setelah jadi rekeningnya kemudian dicetakkan selanjutnya diisi oleh

---

<sup>49</sup>Rizki Fajarwati, Customer service BSI KC Parepare, Wawancara oleh peneliti di parepare, 16 Oktober 2023.

<sup>50</sup>Rizki Fajarwati, Customer service BSI KC Parepare, Wawancara oleh peneliti di parepare, 16 Oktober 2023.

nasabah terus setoran awalnya kalo akad Wadiah minimal Rp.100.000 kalo akad Mudharabah minimal Rp.500.000.”<sup>51</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden terkait pertanyaan keempat. Peneliti bisa simpulkan bahwa prosedur pengajuan pembukaan rekening tabungan haji cukup mudah hanya dengan membawa ktp sudah bisa membuka rekening dan biaya nya juga tidak mahal dan tidak dikenakan potongan setiap bulannya.

Selanjutnya pertanyaan kelima untuk responden yaitu Siapa target sasaran Produk Tabungan Haji yang ditentukan oleh BSI KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari responden sebagai berikut:

“Semua Nasabah atau semua kalangan tentunya masyarakat yang beragama islam jadi yang bisa buka rekening haji itu anak dibawa usia 17 tahun yang penting sudah ada KIA atau akta kealahirannya terus umur 17 tahun keatas”<sup>52</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut. Peneliti bisa simpulkan bahwa target sasaran yang ditentukan adalah masyarakat yang beragama islam tanpa membedakan status sosial yang penting memiliki identitas diri.

Selanjutnya pertanyaan keenam untuk responden yaitu Bagaimana Strategi *Marketing Relationship* yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KC Parepare

“Untuk produk tabungan haji ini sebenarnya tidak ada promosi khususnya karena tanpa promosi nasabah datang sendiri ke kantor untuk mendaftar. Kalaupun ada promosi itu *door to door* seperti mendatangi komunitas pengajian, datang ke Kua KBIH dan kegiatan keagamaan. Untuk bagian *marketing* ketika memperoleh nasabah pembiayaan bisa juga ditawarkan tabungan haji. Dan juga menggunakan Starategi *Croos Selling* menawarkan

---

<sup>51</sup>Rizki Fajarwati, Customer service BSI KC Parepare, Wawancara oleh peneliti di parepare, 16 Oktober 2023.

<sup>52</sup>Rizki Fajarwati, Customer service BSI KC Parepare, Wawancara oleh peneliti di parepare, 16 Oktober 2023.

kepada calon nasabah yang, mendatangi Bank. Bank Syariah juga memanfaatkan media sosial seperti Facebook, dan Instagram,<sup>53</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut terkait pertanyaan keenam peneliti bisa simpulkan bahwa strategi marketing yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KC Parepare yaitu door to door tetapi sudah jarang digunakan yang sering digunakan yaitu *Croos Selling*.

Selanjutnya pertanyaan ketujuh yang peneliti ajukan yaitu Apakah Nasabah Tabungan Haji di BSI KC Parepare setiap tahun mengalami peningkatan. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari responden tersebut sebagai berikut:

”Tabungan haji tiap tahun lumayan ada penigkatan”<sup>54</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut terkait pertanyaan ketujuh peneliti bisa simpulkan bahwa Nasabah tabungan Haji di BSI KC Parepare setiap Tahun mengalami peningkatan namun kurang signifikan dikarenakan masih menggunakan metode yang kurang maksimal .

Pertanyaan kedelapan yang peneliti ajukan kepada responden yaitu Apa saja kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Tabungan Haji. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari responden tersebut sebagai berikut:

“Nasabah yang telah lanjut usia serta nasabah yang sebagian tidak mengenal baca tulis juga menjadi salah satu kendala. Misalnya dalam pengisian formulir pembukaan rekening tabungan haji. Nasabah tersebut memerlukan bantuan dari pihak *Customer Service* sehingga pelayanannya memerlukan waktu yang agak lama.lamanya daftar tunggu Haji, Strategi *Croos Selling* yang dilakkan

---

<sup>53</sup>Rizki Fajarwati, CS Bank Syariah Indonesia KC Parepare, wawancara oleh peneliti di paraepare, 16 Oktober 2023

<sup>54</sup>Rizki Fajarwati, CS Bank Syariah Indonesia KC Parepare, wawancara oleh peneliti di paraepare, 16 Oktober 2023

Customer Service yang dilakukan sehingga membuat peningkatan Nasabah Tabungan haji tidak terlalu signifikan sehingga tidak terlalu familiar ditelinga masyarakat karena penerapan strategi kurang maksimal”<sup>55</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden terkait pertanyaan kedelapan maka peneliti bisa simpulkan bahwa salah satu kendala dalam pemasaran tabungan haji yaitu banyak nasabah yang sudah lanjut usia yang tidak paham tentang alat elektronik dan tidak mengenal baca tulis.

Selanjutnya pertanyaan kesembilan yang peneliti ajukan terhadap responden yaitu Bagaimana solusi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KC Parepare untuk mengatasi kendala dalam memasarkan tabungan haji.

“Dengan cara membantu nasabah atau mengarahkan ada Customer Service atau Securiti yang bisa membantu membukakan rekening melalui alat elektronik yang disiapkan seperti tab dan juga meningkatkan strategi dengan beberapa cara agar promosi dapat berjalan dengan maksimal sehingga minat nasabah Tabungan Haji Indonesia dapat meningkat secara signifikan”<sup>56</sup>

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut terkait pertanyaan kesembilan peneliti bisa simpulkan bahwa untuk lebih efisien nasabah akan di bantu dalam hal pembukaan rekening tabungan haji atau orang yang ingin menabung dan lebih meningkatkan strategi pemasaran.

Pertanyaan terakhir yang peneliti ajukan yaitu apa manfaat dari tabungan mudharabah dan tabungan wadiah.

“Kalau wadiah itu titipan jadi tidak ada potongannya sedangkan mudharabah sendiri yaitu dapat bagi hasil”

---

<sup>55</sup>Rizki Fajarwati, CS Bank Syariah Indonesia KC Parepare, wawancara oleh peneliti di paraepare, 16 Oktober 2023

<sup>56</sup>Rizki Fajarwati, CS Bank Syariah Indonesia KC Parepare, wawancara oleh peneliti di paraepare, 16 Oktober 2023

Berdasarkan dari jawaban responden tersebut terkait pertanyaan terakhir peneliti bias simpulkan bahwa tabungan wadiah dan tabungan Mudharabah itu menggunakan titipan dan bagi hasil.

Setelah peneliti melakukan wawancara kepada salah satu pegawai Bank Syariah Indonesia KC Parepare yang ada di Parepare. Peneliti juga melakukan wawancara kepada Nasabah Tabungan Haji.

Pertanyaan pertama yang peneliti ajukan terhadap responden yaitu Apa alasan Bapak/Ibu memilih membuka rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan tersebut maka peneliti sajikan sampel dari jawaban responden Nasabah di Bank Syariah KC Parepare

Responden 1 mengatakan:

“Karna di BSI itu tidak ada potongannya perbulan dan juga memudahkan proses pelunasan dan pendaftaran hajinya di kemenag”<sup>57</sup>

Responden 2 mengatakan:

“alasanya karna ada arahan untuk membuka rekening tabungan haji di Bank Syariah KC Parepare”<sup>58</sup>

Responden 3 mengatakan:

“Karna tabungan haji itu syariah dan lebih bagus di Bank Syariah Indonesia karna tidak ada potongannya setiap bulan”<sup>59</sup>

Responden 4 mengatakan:

“Karna ada arahan dari pemerintah menabung di Bank Syariah Indonesia”<sup>60</sup>

Responden 5 mengatakan:

---

<sup>57</sup>Nur Fiki, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>58</sup>Neneng, Selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>59</sup>Gina, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>60</sup>Surianti, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

“Pertama itu karna ada arahan dari pemerintah kedua karna biaya adminnya lebih minim dari pada Bank lain”<sup>61</sup>

Berdasarkan dari kelima jawaban responden tersebut terkait alasan memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare karna faktor utamanya memang diwajibkan menabung di Bank Syariah Indonesia dan selain itu biaya yang tidak mahal.

Pertanyaan kedua yaitu bagaimana pelayanan pembukaan rekening tabungan haji yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari ke 5 responden Nasabah Tabnungan Haji sebagai berikut:

Responden 1 mengatakan:

“Kalau dari segi pelayanannya bagus terus pegawainya sangat ramah dan kenyamanannya juga bagus”<sup>62</sup>

Responden 2 mengatakan:

“Pelayanannya sangat bagus”<sup>63</sup>

Responden 3 mengatakan:

“Pelayanannya sangat bagus dan pegawainya juga ramah”<sup>64</sup>

Responden 4 mengatakan:

“Pelayanannya itu baik”<sup>65</sup>

Responden 5 mengatakan:

---

<sup>61</sup>Amar, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

<sup>62</sup>Nur Fiki, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>63</sup>Neneng, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>64</sup>Gina, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>65</sup>Surianti, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

“pelayanannya sangat baik sekali”<sup>66</sup>

Berdasarkan dari jawaban ke 5 responden tersebut terkait bagaimana pelayanan pembukaan rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare jawabannya Cuma satu yaitu sangat baik.

Pertanyaan ketiga yaitu fasilitas apa saja yang diberikan Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam pembukaan rekening. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari responden nasabah sebagai berikut:

Responden 1 mengatakan:

“Untuk fasilitasnya kalau misalkan sudah mau pelunasan nanti dikasih ATM untuk digunakan ketika ada di mekah. kemudian disini juga ada programnya yang dapat hadiah apabila menabung selama 6 bulan atau 12 bulan hadiahnya itu berupa sajadah atau mukenah.”<sup>67</sup>

Responden 2 mengatakan:

“yang pertama itu kita di kasih ATM sama hadiah apabila sudah memenuhi persyaratan”<sup>68</sup>

Responden 3 mengatakan:

“seperti kartu ATM BSI Mobile untuk melakukan transaksi”<sup>69</sup>

Responden 4 mengatakan:

“Fasilitasnya itu hadiah seperti mukenah”<sup>70</sup>

---

<sup>66</sup>Amar, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

<sup>67</sup>Nur Fiki, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>68</sup>Neneng, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>69</sup>Gina, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>70</sup>Surianti, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

Responden 5 mengatakan:

“Ada BSI Mobile ada ATM.”<sup>71</sup>

Berdasarkan jawaban responden Nasabah diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa fasilitas yang diberka Bank Syariah Indonesi KC Parepare itu berupa hadiah apabila sudah memenuhi syarat tertentu dan juga diberikan ATM.

Pertanyaan selanjutnya untuk responden nasabah yang peneliti tanyakan yaitu apa saja kendala yang dialami dalam pembukaan rekening tabungan haji di Bank Syariah Indonesia KC Parepare. Berdasarkan pertanyaan berikut maka peneliti sajikan sampel jawaban dari responden nasabah sebagai berikut:

Responden 1 mengatakan:

”Untuk saat ini kayaknya tidak ada kendalanya aman aman saja”<sup>72</sup>

Responden 2 mengatakan:

“Sejauh ini tidak ada kendala dalam pembukaan rekening”<sup>73</sup>

Responden 3 mengatakan:

“Kalo kendala tidak ada.”<sup>74</sup>

Responden 4 mengatakan:

“kendalanya tidak ada cuman kemarin agak lama mengantri”<sup>75</sup>

Responden 5 mengatakan:

---

<sup>71</sup>Amar, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

<sup>72</sup>Nur Fiki, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>73</sup>Neneng, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>74</sup>Gina, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>75</sup>Surianti, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

“Kemarin kendalanya itu sempat rusak jaringan.”<sup>76</sup>

Berdasarkan jawaban dari responden peneliti bisa simpulkan bahwa kendala dalam pembukaan rekening hanya persoalan jaringan dan lamanya daftar tunggu.

Pertanyaan selanjtnya yang peneliti ajukan terhadap responden yaitu Tabungan apa yang bapak/ibu gunakan dan alasan menggunakan tabungan tersebut.

Responden 1 mengatakan:

“Saya menggunakan Tabungan Mudharabah alasannya karena mdharabah itu menggunakan system bagi hasil”<sup>77</sup>

Responden 2 mengatakan:

“Saya menggunakan Tabungan Mudharabah alasannya karena mdharabah itu menggunakan system bagi hasil”<sup>78</sup>

Responden 3 mengatakan:

“Tabungan Mudharabah alasannya karena menggunakan bagi hasil”<sup>79</sup>

Responden 4 mengatakan:

“Kalau saya pake tabungan mudharabah karna saya rasa tabungan mudharabah it bagus”<sup>80</sup>

Responden 5 mengatakan:

“Kalau saya pake Tabungan wadiah karna saya gunakan untuk menyimpan dana atau menabung”<sup>81</sup>

---

<sup>76</sup>Amar, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

<sup>77</sup>Nur Fiki, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>78</sup>Neneng, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>79</sup>Gina, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 24 November 2023

<sup>80</sup>Surianti, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

Berdasarkan jawaban dari reponden peneliti bisa simpulkan bahwa sebagian besar Nasabah menggunakan Tabungan Mudharabah karena menggunakan bagi hasil

### **C. Pembahasan**

#### 1. Strategi *Marketing Relationship* pada keputusan Nasabah menggunakan Tabungan Haji

Berdasarkan dari data dan wawancara dari salah satu informan dari pihak Bank Syariah Indonesia KC Parepare mengungkapkan bahwa sebagai salah satu perbankan syariah memang membutuhkan strategi pemasaran yang baik agar kegiatan perusahaan dapat berlangsung dengan maksimal dan menghasilkan laba perusahaan yang tinggi. Kegiatan atau aktivitas perusahaan tidak terlepas dari strategi pemasaran yang merupakan suatu kombinasi untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan dan memenangkan persaingan dengan tercapainya penjualan yang maksimal.

Strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Parepare yang diterapkan pada produk tabungan haji Indonesia yaitu *Do to door* melalui tempat-tempat keagamaan, pemasaran, *croos selling*, periklanan melalui brosur, *open table*, Pemasaran Online melalui media sosial *Facebook* dan *Instagram*, dan pemasaran online yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia pusat melalui halaman web yang sewaktu waktu bisa dikunjungi oleh siapa saja yang iqngin mencari informasi mengenai produknya. Dari beberapa straqtegi diatas hanya

---

<sup>81</sup>Amar, selaku Nasabah Tabungan Haji, wawancara oleh peneliti di parepare, 28 November 2023

beberapa yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Parepare yaitu *Door to door* ke tempat-tempat keagamaan dan *Cross Selling*.

Kegiatan promosi dengan menggunakan strategi *door to door* ke tempat-tempat keagamaan seperti, mendatangi KBIH, Departemen Agama, KUA, dsb. Dampak positif dari kegiatan *door to door* itu sendiri membuat semakin banyak masyarakat yang mengenal produk Tabungan Haji Indonesia dan dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji Indonesia secara terus menerus. Namun untuk saat ini promosi menggunakan system Door to door sudah tidak dilakukan kembali karena fokus yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KC Parepare sekarang adalah pada sector pembiayaan.

Pemasaran selanjutnya yang digunakan adalah *Cross Selling*. *Cross Selling* adalah teknik manual produk dengan cara menawarkan Produk-produk yang lain pada saat sedang membeli sebuah produk. *Cross Selling* biasanya dilakukan oleh *Customer Service* dan *Teller*. Namun pihak marketing bisa juga melakukan *Cross Selling* dilakukan oleh *Customer service* seperti ketika ada nasabah yang datang ingin melakukan angsuran atau pencairan dana pembiayaan ketika ada celah maka akan ditawarkan produk-produk penghimpun dan seperti tabungan haji. Ketika ada nasabah yang tertarik maka akan dilakukan proses pendaftaran oleh CS apabila persyaratan sudah terpenuhi.

Berdasarkan paparan diatas strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KC Parepare dengan teori promosi yang diterapkan oleh pihak bank. Bahwa promosi merupakan suatu variable dalam bauran pemasaran. Promosi dikatakan mampu membuat daya tarik nasabah dan calon nasabah jika

dapat memberikan manfaat dalam hal memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal tersebut Bank Syariah Indonesia KC Parepare tidak terlalu menerapkan strategi promosi pada Produk tabungan haji. Strategi yang masih digunakan oleh pihak bank yaitu *Cross Selling* yang dilakukan oleh *Customer service* dan juga memanfaatkan media social seperti Facebook dan instagram brosur dll.

## 2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Tabungan Haji

Dalam setiap aktivitas tidak semua berjalan sesuai rencana sama halnya dalam pelaksanaan strategi marketing. Dalam pemasaran terkadang mengalami kendala contohnya dalam dunia perbankan dalam memasarkan suatu produk seperti Tabungan Haji yang mana masih menggunakan metode *Croos Selling* atau menawarkan produk kepada Nasabah saat nasabah melakukan transaksi

Nasabah yang telah lanjut usia serta Nasabah yang tidak mengenal baca tulis juga menjadi salah satu kendala. Terjadinya offline dari kantor pusat maka kantor cabang Parepare tidak dapat melakukan pelayanan pembukaan rekening kepada nasabah. Tidak semua masyarakat Parepare mampu melaksanakan Haji sehingga berpengaruh pada jmlah masyarakat yang memiliki tabungan Haji di BSI KC Parepare faktor yang paling umum yaitu masalah biaya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditentukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KC Parepare khususnya pada tabungan haji Indonesia yaitu memilih merumuskan pasar yang dituju dengan menggunakan strategi *Croos Selling* serta menggunakan media sosial untuk memasarkan Tabungan Haji dan Door to Door tapi sudah tidak di lakukan kembali.
2. Kendala yang dihadapi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dalam memasarkan Tabungan Haji ini yaitu strategi promosi yang masih diterapkan oleh pihak Bank yaitu *Cross Selling* yang dilakukan terutama oleh CS sehingga membuat peningkatan nasabah tabungan haji kurang signifikan. Nasabah yang tecah lanjut usia serta Nasabah yang tidak mengenal baca tulis juga menjadi salah satu kendala. Terjadinya offline dari kantor pusat dan lamanya daftar tunggu Haji

#### B. Saran

Adapun saran bagi pihak Bank Syariah Indonesia KC Parepare sebagai berikut:

1. Untuk strategi pemasaran sebaiknya dilakukan lebih maksimal atau dengan beberapa cara jangan hanya dengan satu cara agar pemasaran dapat berjalan dengan maksimal dan minat nasabah pada produk Tabungan haji Indonesia bisa terus meningkat.
2. Kedepannya Bank Syariah Indonesia KC Parepare agar lebih meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap dan yang paling penting visi dan misi Bank Syariah Indonesia KC Parepare dapat tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- A, Karim, Adiwarmarman. *Bank Islam Analisis Fiqih dan keuangan*, PT Raja Grafindo Persada, 2020.
- Anindita, Hayyu. *Teknik Analisa Data Kualitatif*, Pt. Jojo Nomic Indonesia, 20 Maret 2021.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Cet. V; Jakarta: Kencana, 2017.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada: 2022.
- Kotler Philip and Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga: 2018.
- Nizar, *Tuntunan Manasik Haji dan Umrah*. 2020
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Cet. XXV; Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sumanto Hari, *Definisi Strategi*, Bandung: Inter Aksara 2012.
- Tjibtono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Malang: bayu Media Publishing: 2020.

### Jurnal

- Chamida, Siti *Relationship Marketing Sebagai Upaya Membentuk Retensi Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Manajemen dan Ekonomi No. 01. 2020.
- Harmoko Irfan, “ *Strategi pemasaran produk Bank Syariah dalam persaingan bisnis Perbankan Nasional*” Jurnal Perbankan Syariah No. 01. 2019.
- Khairunisa, Asti. *Modul Pelatihan Produk dan Produser Layanan Haji (BPIH) BRI Syariah*, Jakarta: indeks, 2020.
- Priyanti, Yeyen. *Analisis Mekanisme Penghimpun Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah* Jurnal: No. 2. 2021.

Rahmiati, *Relationship Marketing: Paradigma Baru dalam Mempertahankan Pelanggan*, Jurnal Pemasaran Bisnis: No.2, 2010.

### **Skripsi**

Almaida, Heny. *Peran BSI ke Parepare dalam meningkatkan ekonomi pelaku usaha mikro diujung sabbang kota parepare*, skripsi sarjana, Fakultas Ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam negeri Parepare, Parepare: 2022.

Alhamid Thalha dan Budur Anufia, *Instrumen Pengumpulan Data*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sorong, 2019.

Ekadhesti Angga, *Identifikasi Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah untuk menggunakan jasa Bank Muamalat kantor cabang pembantu purbalingga*, Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto, 2017.

Khairunnisa, Asti. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia*, Skripsi Sarjana, Fakultas Agama Islam, UM Jakarta: 2021.

Widia, Rahma *Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Nasabah Pembiayaan Mikro*. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu: 2020.

Zuhan, Nasukhah. *Studi Fungsi Koordinasi dalam KBIH Amanat Bangsa Surabaya*, Skripsi Sarjana, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, IAIN Sunan Ampel Surabaya: 2016.

Departemen Agama RI, Al-Quran dan terjemahannya,