

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG
SIDOARJO**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian
Program Pendidikan Diploma 3
Program Studi Perbankan dan Keuangan



Oleh :

MILA LIDYASARI
NIM : 2015110935

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Mila Lidyasari

Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 15 Juni 1995

N.I.M : 2015110935

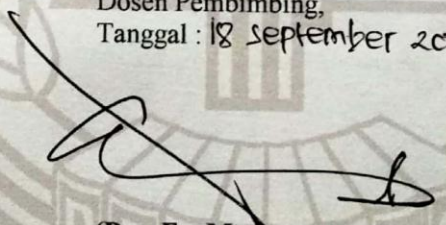
Program Studi : Perbankan dan Keuangan

Program Pendidikan : Diploma 3

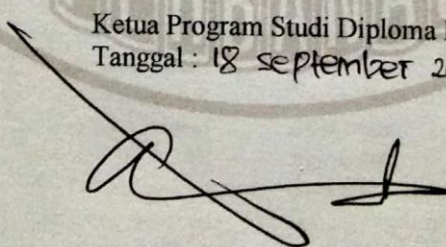
Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
Tabungan Haji Indonesia Pada Bank Brisyariah Kantor
Cabang Sidoarjo

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 18 September 2018


(Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.)

Ketua Program Studi Diploma Perbankan dan Keuangan,
Tanggal : 18 September 2018


(Drs. Ec. Mochammad Farid, MM.)

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN HAJI INDONESIA PADA BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG SIDOARJO

Mila Lidyasari
STIE Perbanas Surabaya
E-mail : 2015110935@students.perbanas.ac.id

Mochammad Farid
STIE Perbanas Surabaya
E-mail : farid@perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The background of this research is the Sharia Bank which is in operational implementation using the principle of profit sharing system and avoid the interest system. Bank BRISyariah plays a role in helping the community to fulfill one of its requirement as Muslims which is pilgrimage. Every Sharia Bank in offering its products must be competition, so they need a perfect strategy selling their products. The purpose of this study is to determine the marketing strategy by Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo, otherside to knowing the promotion method by Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. This research uses descriptive research with qualitative approach which all data obtained through observation and interview. The result of research at Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo proves that marketing strategy is very important to increasing the number of customers at Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo. Strategies by Bank BRISyariah to Hajj savings products include creating a branding that is easy to remember and understand, as well as selling by door to door and come directly to the gathering group. The implementation of this research is Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo can increase the number of customers, especially Hajj savings customers.

Keywords: *Marketing Strategy, Number of Saving Customers*

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Kasmir, 2013:24). Pengertian tersebut dapat dijelaskan secara lebih luas bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan

selalu berkaitan dalam bidang keuangan, sehingga berbicara mengenai bank tidak lepas dari masalah uang. Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah seperti giro, tabungan, sertifikat deposito,

dan deposito berjangka. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut bisa berupa hadiah, bagi hasil, bunga, pelayanan dan balas jasa lainnya.

Bank syariah muncul di Indonesia pada awal tahun 1990-an. Pemprakarsa pendirian bank syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990. Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah sesuai islam. Setiap bank-bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satunya adalah Produk Pembiayaan Ibadah Haji (PPIH). Produk Pembiayaan Ibadah Haji (PPIH) diterapkan dalam salah satu kegiatan bisnis dari Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS) dengan maksud membantu memudahkan bagi para nasabah untuk menjalankan ibadah haji. Sebagaimana ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat Muslim, dengan persyaratan-persyaratan tertentu. Tabungan haji pada bank BRISyariah merupakan tabungan yang dilakukan menggunakan prinsip titipan (*Wadiah yad dhamanah*) yaitu akad yang dimana si penerima titipan dapat memanfaatkan barang titipan tersebut dengan seizing pemilikinya dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat kala si pemilik menghendaknya.

Setiap Bank Syariah dalam menawarkan produknya pasti terjadi persaingan antara bank-bank syariah lainnya sehingga perlu adanya strategi didalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat

untuk ,mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya. Istilah strategi pemasaran menurut Kotler adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain. Menurut American Marketing Association 2007 pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum (Tjiptono dan Chandra,;2012).

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang berperan dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk – bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dari pengertian bank Menurut Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 tersebut dapat disimpulkan bahwa

usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa-jasa perbankan lainnya. Kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa-jasa bank merupakan kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan tabungan, giro, atau deposito. Kegiatan menghimpun dana ini biasa dikenal dengan istilah *Funding*. Kegiatan menyalurkan dana kepada masyarakat berupa pemberian pinjaman (kredit). Kegiatan penyaluran dana ini biasa disebut dengan istilah *Lending*. Memberikan jasa-jasa perbankan lainnya. Jasa-jasa lainnya merupakan jasa pendukung atau pelengkap kegiatan perbankan. Jasa – jasa ini dilakukan untuk kelancaran dana di dalam kegiatan perbankan. Kegiatan memberikan jasa ini berupa klirin, inkaso, transfer, penyewaan safe deposit box, export-import.

Fungsi bank

Bank di Indonesia menjalankan fungsinya sebagaimana disebutkan dalam UU No. 10 Tahun 1998, yakni sebagai berikut:

1. Fungsi utama adalah sebagai tempat menghimpun dana dari masyarakat. Bank bertugas mengamankan uang tabungan dan deposito serta simpanan dalam rekening Koran atau giro.
2. Sebagai penyalur dana atau pemberi kredit, bank memberikan kredit bagi masyarakat yang membutuhkan dana terutama untuk usaha-usaha produktif.

Jenis-jenis bank

Dalam dunia perbankan terdapat beberapa jenis perbankan yang diatur dalam undang-undang perbankan. Ada pun jenis-jenis perbankan yang ditinjau dari berbagai segi adalah sebagai berikut:

Jenis bank menurut fungsinya

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 1998 dan dengan terbitnya Undang – Undang Pokok Perbankan nomor 7 tahun 2008 maka

dapat diuraikan mengenai jenis – jenis perbankan yang ada di Indonesia yakni sebagai berikut :

a. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

b. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank perkreditan rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Jenis Bank menurut kepemilikannya

Ditinjau dari kepemilikannya, yaitu dari pemilik bank, maka kepemilikan bank dapat dilihat dari akte pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank. Jenis bank berdasarkan kepemilikan adalah:

a. Bank Milik Pemerintah

merupakan bank dimana akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank dimiliki oleh pemerintah pula. Contoh bank milik pemerintah adalah: Bank Negara Indonesia (BNI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), sedangkan bank milik pemerintah daerah (pemda) terdapat di daerah tingkat 1 dan tingkat II masing-masing propinsi. Sebagai contoh: BPD DKI Jakarta, BPD Jawa Barat, BPD Jawa tengah, BPD Jawa Timur.

b. Bank Milik Swasta Nasional

merupakan bank yang seluruh atau sebagian besarnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya untuk keuntungan swasta pula. Contoh dari bank milik swasta nasional

adalah: Bank Muamalat, Bank Central Asia, Bank Danamon, Bank niaga, Bank Internasional Indonesia.

- c. **Bank Milik Koperasi**
merupakan bank yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Contohnya adalah: Bank Umum Koperasi Indonesia.
- d. **Bank Milik Asing**
merupakan bank cabang dari bank yang ada di luar negeri, kepemilikan bank ini jelas dimiliki oleh pihak luar negeri. Contohnya adalah: Hana Bank, HCBC Bank.

Jenis Bank Menurut Statusnya

Berikut ini akan diuraikan mengenai jenis bank yang ada berdasarkan status yang dimiliki. Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, maka bank umum dapat dibagi ke dalam dua macam, yaitu:

- a. **Bank Devisa**
merupakan bank yang dapat melaksanakan transfer ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer ke luar negeri, inkaso ke luar negeri, traveller cheque, pembukaan dan pembayaran Letter Of Credit, dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.
- b. **Bank Non Devisa**
merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti bank devisa.

Jenis Bank Menurut Cara Menetapkan Harga

- a. **Bank Konvensional**
secara umum bank di Indonesia merupakan yang berorientasi pada bank konvensional. Dalam mencari keuntungan dan menentukan harga

kepada para nasabahnya, bank konvensional menggunakan dua metode, yaitu:

1. Menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan giro, tabungan maupun deposito. Begitu pula untuk pinjaman (kredit) juga ditentukan berdasarkan tingkat suku bunga. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *Spread Based*.
2. Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan menggunakan atau menetapkan berbagai biaya-biaya dalam nominal atau prosentase tertentu. System pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

b. Bank Syariah

Bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam menentukan harga produknya berbeda dengan bank konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dan atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya. Dalam menentukan harga atau mencari keuntungan bank syariah adalah sebagai berikut:

1. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudhorabah*)
2. Pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarokah*)
3. Prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*)
4. Pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*).
5. Atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang di sewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarohwaiqtina*)

Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler, strategi pemasaran adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik jangka pendek atau jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian produk, promosi dan perencanaan penjualan serta distribusi. Strategi pemasaran menurut Joseph P. Guiltinan dan Gordon W. Paul yaitu:

1. Strategi Kebutuhan Primer
Strategi ini digunakan untuk meningkatkan jumlah pemakai dan meningkatkan dengan cara meningkatkan kediaan untuk membeli produk atau jasa dan meningkatkan kemampuan membelidengan memperlihatkan manfaat pada produk. Kemudian dalam meningkatkan jumlah pembelian dengan cara menawarkan harga rendah atau kredit, dengan mempertinggi kemudahan mendapat produk.
2. Strategi Kebutuhan Produk
Strategi ini digunakan untuk memperbaiki posisi persaingan suatu produk, jasa atau bisnis. Strategi tersebut untuk memperthanakan pelanggan lama atau dengan menjaring pelanggan baru. Dalam mempertahankan pelanggan strategi yang digunakan dengan memelihara kepuasan pelanggan terhadap prestasi produk, menyederhanakan proses pembelian, mengurangi daya tarik atau peluang untuk beralih mereka.

Dari definisi di atas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran adalah jauh lebih luas dari pada arti penjualan. Pemasaran mencakup usaha yang dimulai dengan mengidentifisir kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara mempromosikan dan menyalurkan atau menjual produk tersebut. Jadi, kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saking

berhubungan yang merupakan sebagai suatu system.

Konsep Pemasaran

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu, pada saat menyusun strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

Konsep pemasaran (*marketing concept*) mengatakan bahwa untuk mencapai tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target marketing*) dan memuaskan pelanggan secara lebih efektif dan efisien daripada yang dilakukan oleh pesaing. Banyak perusahaan yang menyatakan telah menerapkan konsep pemasaran tetapi sebenarnya tidak, mereka memiliki struktur pemasaran, setiap wakil bidang pemasaran, tetapi ini bukan berarti bahwa mereka adalah perusahaan yang terfokus pada pasar dan ditunjukkan demi pelanggannya. Para pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar-benar baru, sebuah filsafat baru, berkembang yang mana sering disebut konsep pemasaran.

Ada tiga pokok yang mendasari konsep pemasaran:

1. Semua operasi dan perencanaan perusahaan harus berorientasi kepada konsumen
2. Sasaran perusahaan volume penjualan yang menghasilkan laba. Jadi bukan volume demi kepentingan sendiri.
3. Semua kegiatan pemasaran di sebuah perusahaan harus dikoordinir secara organisatoris.

Dalam maknanya yang mengadakan bahwa kepuasan keinginan dari konsumen adalah dasar kebenaran sosial dan ekonomi kehidupan sebuah

perusahaan . Sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus diarahkan untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen dan kemudian memuaskan keinginan-keinginan itu, sudah tentu pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh laba.

Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Berdasarkan definisi diatas diketahui bahwa pasar suatu produk tidaklah homogen, akan tetapi pada kenyataannya adalah heterogen. Pada dasarnya segmentasi pasar adalah suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang orientasinya adalah konsumen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

Adapun tujuan diterapkannya segmentasi pasar adalah:

1. Untuk melayani konsumen secara lebih baik dan memperbaiki posisi kompetitif perusahaan terhadap pesaing.
2. Meningkatkan penjualan, meningkatkan pangsa pasar, melakukan komunikasi dan promosi yang lebih baik, serta memperkuat citra.

Suatu pemasaran yang berhasil pasti membutuhkan segmentasi pasar tanpa adanya segmentasi pasar tidak akan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Hal inilah yang membedakan antara manajemen pemasaran secara professional dengan kepandaian berdagang gaya lama.

Bauran Pemasaran

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah Bauran Pemasaran, yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan, bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada satu segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya. Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarnya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasikan dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin, dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Dengan demikian perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yang terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variable marketing mix tersebut, untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif. Keempat unsur tersebut adalah penawaran produk atau jasa, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.

Pengertian Tabungan

Menurut Undang-undang Negara Thailand No 33 tahun 1998 Tentang Perbankan, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati oleh pihak lembaganya, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Dalam perkembangan zaman, masyarakat saat ini justru membutuhkan bank sebagai tempat menyimpan uangnya. Hal ini disebabkan karena keamanan uangnya yang dibutuhkan oleh masyarakat. Simpanan Tabungan ialah salah satu bentuk simpanan yang diperlukan oleh masyarakat untuk menyimpan uangnya,

karena merupakan jenis simpanan yang dapat dibuka dengan persyaratan yang sangat mudah dan sederhana.

Tujuan Menabung di Bank

- a. Penyisihan sebagian hasil pendapatan nasabah untuk dikumpulkan sebagai cadangan masa depan.
- b. Sebagai alat untuk melakukan transaksi bisnis atau usaha individu atau kelompok.

Pengertian Haji

Kata haji ditinjau dari makna aslinya adalah mengunjungi kebaitullah untuk menjalankan ibadah. Sedangkan haji menurut pengertian bahasa berarti menyengaja. Menurut istilah ialah sengaja mengunjungi Makkah (Ka'bah) untuk mengerjakan ibadah yang terdiri dari tawaf, sa'i, wukuf, dan ibadah-ibadah lainnya guna memenuhi perintah Allah dan mengharapkan ridho-Nya. Ibadah haji ini merupakan bagian dari syariat bagi umat-umat terdahulu sejak zaman Nabi Ibrahim AS, Allah telah memerintahkan Nabi Ibrahim AS untuk membangun Baitul Haram di Makkah agar orang-orang thawaf disekelilingnya dan menyebut nama Allah ketika melakukan thawaf. Pengertian haji menurut istilah sebagian ulama' berpendapat bahwa haji adalah menuju keka'bah untuk melakukan perbuatan-perbuatan tertentu atau dengan kata lain bahwa haji adalah mengunjungi (mendatangi) suatu tempat tertentu (Ka'bah dan Arafah) pada waktu tertentu (bulan-bulan haji: Syawal, Dzulqaidah, Dzulhijjah, dan 10 pertama bulan Dzulhijjah) dengan melakukan suatu pekerjaan tertentu (Ihram, Wukuf, Mabit di Muzdahlifah, Mabit di Mina, Melontar jumrah, mencukur, thawaf, sa'i). Haji adalah Berkunjung kebaitullah (ka'bah) untuk melakukan beberapa amalan antara lain: Wukuf, mabit, thawaf, sa'i dan amalan lainnya pada masa tertentu demi memenuhi panggilan Allah SWT dan mengharap ridhonya.

Hukum Haji

Ibadah haji adalah salah satu rukun Islam yang lima, yang diwajibkan oleh Allah bagi setiap muslim yang mampu mengerjakannya sekali seumur hidupnya. Barangsiapa mengingkari wajibnya maka ia murtad.

Syarat Haji

Adapun Syarat dalam melaksanakan ibadah haji adalah:

- a. Islam
- b. Baligh (dewasa)
- c. Aqil (berakal sehat)
- d. Merdeka
- e. Istitha'a (mampu)10, yakni memiliki kemampuan fisik, harta dan dalam keadaan aman untuk sampai ke Makkah.

Rukun Haji

Ialah Rangkaian amalan yang harus dilakukan dalam ibadah haji dan tidak dapat diganti dengan yang lain walaupun dengan dam. Jika ditinggalkan maka tidak sah hajinya. Rukun haji meliputi:

- a. Ihram ialah niat memulai mengerjakan ibadah haji atau umrah, selama dalam keadaan ihram seseorang diharamkan melakukan perbuatan yang sebelumnya diharamkan. Dengan telah mengucapkan niat haji atau umrah maka seseorang telah memulai melaksanakan haji atau umrah.
- b. Wukuf di Arafah merupakan salah satu rukun haji yang paling utama. Jamaah haji yang tidak melaksakana wukuf di Arafah berarti tidak mengerjakan haji.
- c. Thawaf, yaitu mengelilingi Ka'bah. Tawaf yang wajib adalah tawaf ibadah, yaitu mengelilingi Ka'bah sebanyak tujuh kali dimulai dari hajar Aswad. Ka'bah berada disebelah kiri atau berkeliling berlawanan dengan arah jarum jam sambil berdo'a.

- d. Sa'i ialah berjalan dari bukit Shafa-Marwah dan sebaliknya sebanyak 7 kali, perjalanan dimulai dari bukit Shofa dan berakhir di Marwah. Perjalanan dari bukit shofa kebukit Marwah dihitung 1 kali.
- e. Cukur (Tahallul).
- f. Tertib

Karakteristik haji :

1. Anggota harus berumur 7 tahun keatas, jika anggota muslim umur kurang dari 15 tahun harus membawa wali sebagai penjamin.
2. Anggota harus tabungan setiap bulan jumlah tabungan minimal 100 bath.
3. Bila anggota membuka rekening, anggota mengizinkan koperasi menggunakan uang untuk penghasilan yang tidak menyalahi dengan ajaran Islam, dengan anggota tidak mengharap keuntungan.
4. Anggota berhak menabung atau menarik pada waktu mana saja.

Tinjauan tentang Tabungan Haji

Tabungan Haji yaitu simpanan dari anggota yang berkeperluan untuk mengerjakan ibadah haji. Dalam hal ini koperasi akan menggunakan dana yang telah dijanjikan. Maka kepada penabung diberikan semacam imbalan sesuai dengan jumlah dana yang ikut berperan dalam pembentukan laba koperasi. Tabungan dalam mata uang baht untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRIsyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRIsyariah merubah

kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT. Bank BRIsyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRIsyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRIsyariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turuna dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank BRIsyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRIsyariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRIsyariah.

Saat ini PT. Bank BRIsyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRIsyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRIsyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

Visi dan Misi Perusahaan

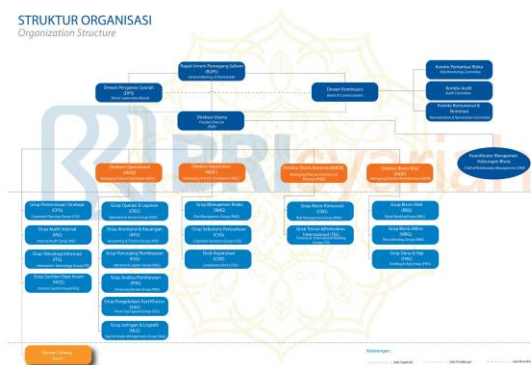
VISI

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

MISI

- Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran

Struktur Organisasi



Gambar 3.1
Struktur Organisasi Bank BRISyariah

Profil Usaha

PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Sidoarjo sebagai bank Syariah yang beroperasi di Jalan Jend. A. Yani No 35, Sidokumpul Kec. Sidoarjo, yang menjalankan peran utamanya yaitu sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan sebagai penyalur dana kepada masyarakat atau dapat dikatakan sebagai pihak ketiga, tentunya PT. Bank BRISyariah Kantor Cabang Sidoarjo memiliki berbagai macam produk yang dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Produk penghimpunan dana (*funding*)

Bank tidak memberikan imbalan berupa bunga atas dasar dana yang disimpan oleh nasabah didalam Bank. Imbalannya diberikan atas dasar prinsip bagi hasil. Produk-produk penghimpunan dana meliputi:

- Tabungan Faedah BRISyariah iB
- Tabungan Haji BRISyariah iB
- Tabungan Impian Syariah iB
- Simpanan Faedah BRISyariah iB
- Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB
- Giro Faedah Mudharabah BRISyariah iB
- Deposito BRISyariah iB

2. Produk Pembiayaan

Adapun produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank BRISyariah sebagai berikut:

- KPR Faedah BRISyariah iB
- KPR Sejahtera BRISyariah iB
- KKB BRISyariah iB
- Pembiayaan Umrah BRISyariah iB
- KMF Purna BRISyariah iB
- KMF Pra Purna BRISyariah iB
- KMF BRISyariah iB
- Pembiayaan Kepemilikan Emas
- Qardh Beragun Emas

3. Produk perbankan Bisnis

Pada Bank BRISyariah juga menyediakan pembiayaan yang bersifat bisnis, diantaranya adalah :

- a. Pembiayaan Komersial BRISyariah iB
- b. Pembiayaan Linkage BRISyariah iB
- c. Pembiayaan Modal Kerja Revolving (PMKR) BRISyariah iB
- d. Pembiayaan SME >500 BRISyariah iB
- e. Pembiayaan SME 200-500 BRISyariah iB

4. Jasa Layanan perbankan lainnya

Selain produk bank, Bank BRISyariah juga memberikan jasa layanan salah satunya adalah *Employee Benefit Program* (EmBP) BRISyariah iB yang merupakan program kerjasama dengan suatu perusahaan yang dituangkan dalam *Master Agreement* berupa pemberian fasilitas pembiayaan langsung kepada karyawan atau karyawan dari perusahaan yang memenuhi kriteria Bank BRISyariah, yang memberikan benefit bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan kesejahteraan dan loyalitas karyawan tanpa menggunakan *cashflow* perusahaan selain memberikan benefit pada perusahaan juga memberikan benefit bagi karyawan juga yaitu kebutuhan karyawan dapat terpenuhi dengan proses yang lebih cepat tanpa harus meninggalkan kantor.

5. E- Banking BRISyariah

Untuk mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan yang berhubungan dengan perbankan maka Bank BRISyariah menyediakan beberapa fasilitas internet banking yang dapat digunakan untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan diantaranya adalah :

- a. SMS Banking
- b. Mobile Banking
- c. Internet Banking
- d. Cash Management System (CMS)

PEMBAHASAN

Sesuai dengan tujuan penelitian Tugas Akhir ini, maka pada bab 4 ini dijelaskan

mengenai syarat dan ketentuan pembukaan Tabungan Haji, prosedur pembukaan serta penutupan Tabungan Haji, prosedur pembiayaan pada Tabungan Haji, fasilitas yang didapat bagi nasabah Tabungan Haji, prosedur mendapatkan porsi bagi nasabah yang akan berangkat haji, untuk mengetahui sasaran pasar serta strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah Tabungan Haji, hambatan dan solusi yang terjadi pada proses memasarkan produk Tabungan Haji. Penelitian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji dilakukan di PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Sidoarjo. Untuk lebih memahami strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji maka dijelaskan sebagai berikut :

Syarat dan Ketentuan Pembukaan Tabungan Haji BRISyariah

Syarat dan ketentuan Pembukaan Tabungan Haji pada Bank BRI Syariah yaitu :

1. Mengisi formulir pendaftar Tabungan Haji.
2. Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk).
3. Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
4. Melampirkan fotokopi Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak dibawah 12 tahun).
5. Setoran awal minimum Rp. 50.000,- .
6. Setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000,- .
7. Saldo mengendap minimum Rp. 50.000,- .
8. Tidak mendapat fasilitas Kartu ATM.
9. Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu .
10. Gratis asuransi jiwa dan kecelakaan.
11. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapat nasabah.
12. Gratis biaya administrasi bulanan.
13. Gratis biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis.

14. Biaya penggantian buku tabungan karena rusak/hilang Rp. 5.000,- .
15. Gratis biaya jika saldo mengendap dibawah minimum.
16. Biaya penutupan rekening Rp. 25.000,-

Fasilitas yang diperoleh bagi Nasabah Tabungan Haji

1. Setoran awal yang ringan
2. GRATIS biaya administrasi bulanan.
3. GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan.
4. Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsikeberangkatan haji.
5. Bebas setiap saat menambahkan saldo.
6. Dapat bertransaksi di seluruh jaringan Kantor Cabang BRISyariah secara online.
7. Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapat oeh nasabah.
8. Tersedia pilihan ibadah Haji Reguler dan Haji Khusus.
9. Baju Ikhram, tas ransel, payung, masker , dan baju batik.
10. Asuransi

Sasaran pasar produk Tabungan Haji

Sasaran pasar dari produk tabungan haji adalah pada semua kalangan bila dilihat dari pekerjaannya mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta, dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan bila dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akta kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi.

Prosedur Pembukaan produk Tabungan Haji

Setelah nasabah mengisi formulir pendaftaran pembukaan rekening Tabungan Haji maka selanjutnya akan diproses oleh Custimer Service, apabila nasabah hanya menyetorkan setoran awal saja maka belum dapat mendaftar ke Depag. Setelah menyrtor atau sudah menabung sebesar 25.050.000 maka sudah dapat mendaftar ke Depag dengan memenuhi beberapa persyaratan diantaranya :

1. Beragama islam .
2. Berusia minimal 12 tahun saat mendaftar , kurang dari 12 tahun harus disertai dengan Kartu Keluarga (KK) dan Akta Kelahiran
3. Fotokopi 10 Lembar Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku sesuai dengan domisili atau bukti Identitas lainnya yang sah.
4. Fotokopi 2 Lembar Kartu Keluarga (KK) .
5. Fotokopi 2 Lembar Akta Kelahiran / Surat Kenal Lahir / Kutipan Akta Nikah / Ijazah (pilih salah satu).
6. Apabila data yang tertera pada KTP atau KK berbeda dengan akta kelahiran atau surat nikah maka harus ada pernyataan dari kecamatan / kelurahan untuk penyesuaian data.
7. Buku Tabungan an.yang berangkutan.
8. Pas foto ukuran 3x4 berwarna dengan background putih sebanyak 25 Lembar. Ukuran 4x6 berwarna dengan background putih sebanyak 10 Lembar. Close up 80% (tidak boleh memakai baju dinas pada saat foto). Untuk wanita wajib berjilbab dan tidak diperkenankan menggunakan kacamata pada saat melakukan pas foto. Untuk pria juga tidak diperkenankan menggunakan kacamata dan peci pada saat melakukan pas foto.
9. Mengisi SPCH (Surat Pernyataan Calon Haji) sesuai data yang sebenarnya.
10. Wajib membawa materai 6000 sebanyak 2.

Prosedur pembiayaan Tabungan Haji

Nasabah menyetorkan uang sebesar 25.050.000 ke rekening tabungan hajinya yang nantinya akan masuk ke rekening Depag sebesar 25.000.000 dan sisanya akan menjadi saldo mengendap di rekening tabungan haji. Jumlah yang disetorkan ke Depag belum merupakan biaya keseluruhannya, total yang harus dibayar oleh nasabah akan diberitahukan setelah nasabah selesai menunaikan ibadah haji.

Persyaratan untuk Pengurusan Porsi ke Kemenag

Beberapa persyaratan yang harus dilengkapi oleh nasabah saat pengurusan porsi :

1. Nasabah harus membawa bukti setor BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) diterbitkan oleh pihak Bank.
2. Nasabah harus membawa SPCH (Surat Pernyataan Calon Haji) diterbitkan oleh pihak Bank.
3. Buku Tabungan Haji.
4. Membawa KTP.
5. Membawa KK
6. Membawa pas foto 3x4 berwarna dengan background putih.

Pelunasan untuk Tabungan Haji

Nasabah yang sudah mempunyai rekening tabungan haji dan sudah menyetorkan uang sebesar 25.050.000 maka nasabah akan langsung didaftarkan untuk perolehan porsi ke Kemenag. Apabila nasabah belum memiliki rekening maka harus membuka rekening tabungan haji terlebih dahulu. Setelah di daftarkan porsi oleh BRISyariah ke Kemenag maka nasabah menunggu 21 tahun untuk keberangkatan (masa tunggu).

Persyaratan Penutupan Rekening Tabungan Haji

Untuk penutupan tabungan haji prosedurnya sama seperti penutupan rekening tabungan pada umumnya. Persyaratan yang harus dipenuhi nasabah pada saat ingin menutup rekening tabungan haji diantaranya adalah:

1. Nasabah harus membawa buku tabungan.
2. Membawa identitas yang masih berlaku.
3. Mengisi formulir penutupan rekening.
4. Penutupan rekening tabungan haji dikenakan biaya sebesar Rp. 25.000,-.

Persyaratan Penutupan Rekening dan pengambilan dana apabila pemilik rekening meninggal dunia

Pada saat menunggu jadwal untuk keberangkatan haji, nasabah yang bersangkutan meninggal dunia , maka rekening tabungan yang bersangkutan dapat ditutup oleh ahli warisnya dengan beberapa persyaratan yang harus dilengkapi, diantaranya adalah :

1. Surat keterangan kematian asli dan fotokopi yang sudah dilegalisir dari kelurahan atau dari Rumah Sakit.
2. Surat Keterangan ahli waris yang disahkan di kecamatan.
3. Surat Kuasa Khusus dari semua ahli waris kepada salah satu pihak untuk diberi kuasa dalam mengambil dana dan untuk menutup rekening.
4. KTP semua ahli waris asli atau fotokopi yang sudah dilegalisir.
5. Fotokopi Kartu Keluarga yang sudah dilegalisir.
6. Buku tabungan yang meninggal dunia.
7. KTP yang meninggal dunia.
8. Fotokopi surat nikah yang meninggal dunia yang sudah dilegalisir.
9. Ahli waris yang dibawah umur harus melampirkan akta kelahiran.
10. Ahli waris yang dikuasakan kepada istri /suami harus melampirkan Akta Nikah.
11. Apabila tidak memenuhi salah satu persyaratan diatas maka proses penutupan rekening tidak dapat dilakukan.

Strategi Pemasaran Tabungan Haji BRISyariah

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank BRISyariah , dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank BRISyariah disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk –produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Produk Tabungan Haji, produk ini diperuntukan bagi nasabah yang

ingin melaksanakan ibadah haji sehingga keinginannya terpenuhi.

Setelah penulis melakukan wawancara langsung kepada Customer Service Bank BRISyariah Kantor Cabang Sidoarjo produk tabungan haji adalah salah satu produk unggulan, tingkat pertumbuhan nasabah produk tabungan haji selalu meningkat setiap tahunnya. Sasaran pasar dari produk tabungan haji adalah pada semua kalangan bila dilihat dari pekerjaannya mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta, dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan bila dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akta kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi.

Dalam pemasaran produk, marketing sudah dibekali training atau pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yaitu pemahaman produk agar marketing lebih mengetahui segala sesuatu tentang produk-produk yang ada di Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo. Di lain hal marketing Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk Tabungan Haji. Untuk kendala dalam pemasaran selama ini tidak ada kendala dan target tercapai.

Untuk melakukan kegiatan pemasaran, Bank BRISyariah mempunyai strategi pemasaran tersendiri yaitu sebagai berikut:

1. Strategi produk

Dalam mengembangkan produknya Bank BRISyariah melakukan beberapa hal yaitu, Bank BRISyariah menciptakan branding haji dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut:

- a. Mudah diingat dan dimengerti, Bank BRISyariah memberi nama produknya singkat dan jelas agar nasabah mudah mengingat nama produk-produk tersebut. Seperti produk tabungan haji, pada produk

terdapat kata haji sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu diperuntukan untuk yang ingin merencanakan ibadah haji.

- b. Terkesan modern, Bank BRISyariah Indonesia dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam penanaman produk. Dalam produk tabungan haji terdapat kata "iB" atau Islamic Banking yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini.

- c. Memiliki arti (dalam arti positif), Bank BRISyariah menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk tabungan haji yaitu tabungan haji yang dijalankan dengan prinsip syariah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin bagi para nasabahnya.

2. Strategi Harga

Dalam hal harga produk tabungan haji pada Bank BRISyariah dibandingkan dengan Bank Syariah lain contohnya Bank Mandiri Syariah, harga yang ditawarkan Bank BRISyariah lebih rendah dari Bank Mandiri Syariah, dimana harga yang ditawarkan Bank BRISyariah sebesar Rp. 50.000 untuk setoran awal minimalnya, sedangkan pada Bank Mandiri Syariah untuk setoran awalnya minimal Rp. 100.000, maka tidak heran jika dalam pemasaran produk ini jika dilihat dari segi harga Bank BRISyariah lebih unggul sehingga hal ini yang dapat menarik perhatian para nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Haji yang ada pada Bank BRISyariah.

3. Strategi Tempat atau distribusi

Kegiatan Fungsional Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo berada di Jalan Jend. A. Yani No. 35, Sidokumpul Kec Sidoarjo. Lokasi ini dinilai strategis dengan pusat kota. Dalam upaya bank melayani nasabah tepat waktu dan tepat

sasaran. Keterlambatan dalam pemberian informasi dapat mengakibatkan menurunnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap nasabahnya dan membuat kepuasan seorang nasabah tidak maksimal. Untuk mengurangi hal tersebut Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo menggunakan sistem jemput bola yaitu petugas langsung mendatangi nasabah di rumah – rumah atau ditempat mereka berusaha dengan cara ini petugas bank dapat dengan leluasa untuk menjelaskan produk Tabungan haji ini.

4. Strategi Promosi

Tujuan dari strategi promosi adalah untuk menginformasikan kepada konsumen yang kali ini disebut nasabah , menginformasikan kepada nasabah tentang segala jenis produk yang ditawarkan oleh bank dan berusaha menarik minat nasabahnya untuk menggunakan produk tersebut. Beberapa strategi promosi yang digunakan dalam mempromosikan produk tabungan haji:

- a. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga, dan teman nasabah melalui telepon atau bertemu langsung dan menawarkan produk tabungan haji tersebut.
- b. Dengan brosur atau iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa ada bank syariah yang memiliki produk tabungan haji yang dapat mewujudkan keinginan untuk menunaikan ibadah haji.
- c. Dengan website www.BRISYariah.co.id informasi tentang semua produk atau jasa layanan yang dimiliki Bank BRISyariah khususnya produk tabungan haji dapat diketahui oleh nasabah secara luas.
- d. Penjualan yang dilakukan oleh marketing dengan cara door to door serta datang langsung ke perkumpulan atau kelompok pengajian.

Untuk lebih meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji maka diperoleh beberapa Strategi Pemasaran yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

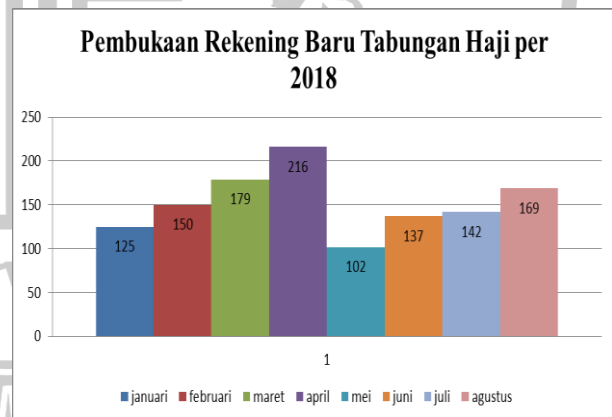
1. Pendekatan personal

Melakukan pendekatan personal dengan agen tour and travel selain itu juga melakukan pendekatan dengan KBIH (Kelompok Bimbingan Ibadah Haji) apabila ada nasabah yang berkeinginan untuk naik haji bisa disarankan untuk menabung di Bank BRISyariah. Pendekatan personal lainnya yaitu melalui pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak walaupun sudah haji tetapi tabungan tersebut dapat diperuntukan untuk keluarganya.

2. Brosur / Pamflet

3. Customer Service

Tabel 4.1
Data Jumlah Nasabah Baru Tabungan Haji



Sumber : hasil wawancara diolah

Berdasarkan grafik diatas permintaan untuk pembukaan rekening tabungan haji setiap bulannya meningkat, puncaknya adalah pada bulan-bulan sebelum keberangkatan ibadah haji tahun 2018. Perolehan tertinggi nasabah baru tabungan haji pada bulan april sebanyak dua ratus enam belas nasabah.

Hambatan dalam memasarkan Tabungan Haji BRISyariah

Di Indonesia banyaknya bank-bank syariah bermunculan yang tidak dapat dihindari lagi terutama di daerah Sidoarjo. Pesatnya pertumbuhan bank Syariah menyebabkan persaingan tidak dapat terhindarkan. Setiap bank berlomba-lomba untuk menciptakan strategi terbaiknya. Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo menggunakan strategi *door to door*, yaitu memasarkan produk tabungan haji secara langsung kepada calon nasabah. Sales marketing Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo biasanya mengikuti kegiatan rutin seperti pengajian di beberapa majelis taklim. Selanjutnya sales marketing Bank BRISyariah Kanca Sidoarjo menjelaskan produk tabungan haji kepada masyarakat yang mengikuti pengajian tersebut. Ketika menjual produk tabungan haji, sales marketing kurang memiliki keterampilan menjual, sehingga tidak semua masyarakat yang mengikuti pengajian tersebut tertarik untuk membeli produk tabungan haji.

Cara mengatasi Hambatan dalam memasarkan Tabungan Haji BRISyariah

Marketing bank harus terus berkembang dalam hal pengetahuan maupun dalam hal kemampuan. Maka bank dapat melakukan training sebulan sekali agar lebih terampilnya para marketing bank baik mengenai produk maupun peningkatan kemampuan sales, contohnya sales diberikan pelajaran untuk meningkatkan kepercayaan diri ketika ditolak oleh nasabahnya. Personal Selling dengan beberapa kegiatan diantaranya yaitu dengan melakukan seminar yang dapat dilakukan untuk memberikan pengetahuan yang lebih kepada masyarakat tentang produk-produk bank terutama produk tabungan haji.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari berbagai uraian penjelasan yang sudah dibahas pada bab – bab sebelumnya maka penulis dapat menarik kesimpulan ,

saran, dan implikasi dari bab pokok bahasan tersebut yang dijelaskan sebagai berikut:

Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang sudah dijelaskan di atas maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk membuka Produk Tabungan Haji di Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo maka harus memenuhi beberapa persyaratan dan ketentuan yaitu : mengisi formulir pendaftaran, melampirkan beberapa persyaratan mulai dari KTP sampai dengan Kartu Keluarga , serta membayar setoran awal sebesar lima puluh ribu.
2. Bagi setiap nasabah Tabungan Haji di Bank BRISyariah Cabang sidoarjo akan mendapatkan beberapa fasilitas dari Bank diantaranya: setoran awal yang sangat ringan, gratis biaya administrasi bulanan samapi gratis asuransi jiwa dan kecelakaan, pemotongan zakat secara otomatis, dan mendapatkan perlengkapan haji seperti baju ihrom , tas ransel sampai dengan masker.
3. Untuk mendapatkan porsi sebelumnya nasabah harus memiliki tabungan sedikitnya Rp. 25.050.000 yang kemudian akan didaftarkan untuk perolehan porsi ke Kemenag. Persyaratan untuk kepengurusan porsi ke Kemenag diantaranya: nasabah harus membawa bukti setor BPIH, membawa SPCH, buku tabungan haji, KTP, KK dan membawa pas foto.
4. Untuk keberangkatan , setelah nasabah didaftarkan porsi oleh Bank BRISyariah ke Kemenag maka nasabah menunggu kurang lebih selama 21tahun untuk keberangkatan (masa tunggu). Selama masa tunggu keberangkatan nasabah dapat membayar sisa dari pembayaran keberangkatan haji dengan cara menabung.
5. Untuk penutupan produk Tabungan Haji pada Bank BRISyariah Cabang

Sidoarjo ada persyaratan yang harus dilengkapi ketika akan menutup tabungan haji yaitu : membawa buku tabungan, kartu identitas, mengisi formulir permohonan penutupan rekening serta membayar biaya penutupan rekening tabungan sebesar Rp. 25.000. untuk penutupan tabungan apabila pemilik rekening meninggal dunia maka ada beberapa tambahan persyaratan yang harus dilengkapi diantaranya: surat keterangan kematian, surat keterangan ahli waris, surat uasa khusus dari semua ahli waris kepada salah satu yang ditunjuk sebagai ahli waris, serta KTP ahli waris. Apabila tidak memenuhi persyaratan tersebut maka proses penutupan rekening tidak dapat dilakukan.

6. Dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji pada Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo , Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo melakukan beberapa strategi diantaranya dengan menawarkan ke perusahaan – perusahaan, pengajian ibu-ibu dan bapak-bapak, KBIH (walaupun pegawai sudah haji tetapi tabungan tersebut diperuntukan untuk keluarganya) yang menjadi sasaran pasar untuk produk Tabungan Haji ini adalah seluruh masyarakat yang beragama islam di sekitar daerah sidoarjo seperti: kecamatan balongbendo, buduran, candi, gedangan, porong, taman, waru dan wonoayu. Target pasar produk Tabungan Haji ini dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar yang dilihat dari segi usia mulai dari anak-anak yang sudah memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi. Dalam pemasaran produk, marketing sudah dibekali training atau pendidikan marketing diantaranya adalah tentang strategi pemasaran produk yaitu

marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian tentang materi produk yang ada di Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo. Di lain hal marketing Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo juga dibebani target dalam mendapatkan nasabah produk tabungan haji.

Dari berbagai kesimpulan di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran sangat penting bagi perbankan, tanpa proses pemasaran nasabah tidak akan tahu tentang produk yang ada di suatu bank. Pemasaran sangat kuat memberikan kontribusi dalam peningkatan penjualan atau peningkatan jumlah nasabah pada bank. Selain untuk meningkatkan jumlah penjualan manfaat lain dari pemasaran adalah untuk menghadapi persaingan bisnis misalnya pada strategi harga, strategi produk dan strategi promosi yang akan menjadi senjata untuk bersaing. Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo sangat memperhatikan hal tersebut agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk dari Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo.

Saran

Berdasarkan dari beberapa permasalahan yang diuraikan diatas maka saran yang diberikan kepada Bank BRISyariah Cabang Sidoarjo terkait dengan sales marketing bank yang harus terus berkembang dalam hal pengetahuan maupun dalam hal kemampuan. Maka sebaiknya bank dapat melakukan training sebulan sekali agar lebih terampilnya para marketing bank baik mengenai produk maupun peningkatan kemampuan sales itu sendiri, contohnya sales diberikan pelajaran untuk meningkatkan kepercayaan diri ketika ditolak oleh nasabahnya.

Implikasi Penelitian

Dari beberapa saran diatas maka implikasi penelitian yang dapat dilakukan adalah dengan mengoptimalkan kegiatan training yang sudah dilakukan, terutama training yang diperuntukan untuk sales marketing dengan memberikan pelajaran untuk meningkatkan kepercayaan diri ketika ditolak oleh nasabahnya. Personal Selling dengan beberapa kegiatan diantaranya yaitu dengan melakukan seminar yang dapat dilakukan untuk memberikan pengetahuan yang lebih kepada masyarakat tentang produk-produk bank terutama produk tabungan haji, selain itu juga dapat melakukan public relation dengan mengundang nasabah atau masyarakat untuk berbincang – bincang dengan maksud untuk menambah wawasan nasabah mengenai produk – produk bank salah satunya produk tabungan haji dan dapat juga melakukan kegiatan sosial dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan besar seperti acara besar islam serta acara yang diadakan oleh sekolah- sekolah, kampus-kampus, majelis ta’lim dan pendidikan formal atau non formal.

DAFTAR RUJUKAN

BankBRI.Beranda,(Online),<https://www.brisyariah.co.id/produkPerbankan.corporate> diakses pada 05 Mei 2018)

Fandy Tjiptono,*Strategi Pemasaran*,Yogyakarta: Andi, 2012.

Joseph P. Guiltinan dan Gordon W. Paul, 2009 *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Oleh: Agus Maulana,Jakarta: Erlangga.

Phiip Kotler, 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : erlangga, edisi 13. Jilid 1.

J. Stanton, William, 2009 *Prinsip Pemasaran*, Penerjemah Wilhelmus W. Bokowatun, (Jakarta; Erlangga,)

Dr. Kasmir, 2013, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, , 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat.

Undang- undang no 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan (Online) (www.hukumonline.com/uu/pusatdata/downloadfile/lt4cce89fb14e43/parent/334 diakses 10 Maret 2018)

Dahlan Siamat, 2005. *Manajemen Lembaga Keuangan. “Kebijakan Moneter dan Perbankan*. Edisi Pertama, Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Nur Fuan Zen. 2016. “STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI BRISYARIAH KCP KUDUS” TA tak diterbitkan, Universitas Islam Negeri WalisongoSemarang