

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi pemasaran merupakan suatu usaha yang digunakan dalam memasarkan produk barang atau jasa dengan cara menggunakan metode tertentu sehingga hasil penjualan dapat semakin naik.¹ Menurut Antonio, strategi pemasaran syariah merupakan alat esensial yang telah dipikirkan untuk memperoleh suatu tujuan perusahaan dengan memajukan kelebihan bersaing yang berkelanjutan melalui *market* yang dimasuki serta program pemasaran yang digunakan untuk memperoleh *market* sasaran tersebut yang bertopang pada prinsip ketuhanan, menjunjung tinggi akhlak mulia, mewaspadaikan pasar yang berubah, serta selalu memartabatkan manusia dan terpola ketentuan bingkai syariah Islam dengan penemuan baru, efektif, pelayanan serta *responsibility*.² Sedangkan menurut Kotler, strategi pemasaran ialah suatu cara olah pikir pemasaran di mana unit suatu usaha mempunyai harapan untuk melahirkan nilai dan mendapatkan profit dari hubungannya dengan nasabah atau pembeli.³

Dalam era perkembangan teknologi yang sangat pesat ini menjadi salah satu kunci utama dalam bagi kesuksesan suatu perusahaan. Dengan adanya pemahaman tentang konsep dasar strategi pemasaran guna untuk meningkatkan daya saing serta menjalin hubungan yang baik kepada para pelanggan atau

¹ Marissa Grace Haque Fawzi et al., *Strategi Pemasaran: Konsep, Teori Dan Implementasi* (Tangerang: Pascal Books, 2021), 9.

² Wieke Tsanya Fariati, *Teori Dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia* (Cirebon: Insania, 2021), 111.

³ Holfian Daulat Tambun Saribu and Euodia Grace Maranatha, "Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan," *Jurnal Manajemen* 6, no. 1 (2020): 1–6.

nasabah.⁴ Strategi pemasaran sendiri memiliki suatu tujuan yaitu untuk mencapai suatu target dengan cara lebih efektif dan efisien, sehingga perusahaan yang melakukan strategi pemasaran tersebut dapat memperoleh keuntungan yang lumayan banyak. Strategi pemasaran produk yang dipasarkan tepat sasaran dapat mendukung pengembangan *merk* serta menumbuhkan suatu angka pemasaran usaha.⁵

Dalam strategi pemasaran terdapat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terstruktur. Pengertian dari bauran pemasaran atau *marketing mix* adalah salah satu kegiatan dalam pemasaran yang integral dan sama-sama menyokong satu sama lain. Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan salah satu sebutan yang banyak digunakan oleh para pembisnis.⁶ *Marketing mix* dianggap sebagai jantung dari fungsi pemasaran. Menurut Borden bauran pemasaran mengacu pada upaya, perancangan, kombinasi serta integrasi elemen pemasaran ke dalam program atau campuran yang didasari dengan penilaian kekuatan market akan mencapai suatu perusahaan pada waktu tertentu.⁷ Menurut Hermawan, *marketing mix* terdiri dari 5 yaitu 4A (*assortment, affordable, available, announcement*), 4B (*best, buffer-stocking, bargainin, bombarding*), 4P (*Product, Price, Place, Promotion*), 4V (*Variety, Value, Venue, Voice*), 4C (*customer solution, Cost, Convienci, Communication*). Kemudian menurut Seithaml dan Bitner terdapat konsep bauran

⁴ Ari Riswanto, *Strategi Pemasaran* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 1.

⁵ Harlina Legi, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Batam: Cendikia Mulia Mandiri, 2024), 26.

⁶ Muhammad Yusuf Saleh and Miah Said, *Konsep Dan Strategi Pemasaran*, 1st ed. (Makassar: Sah Media, 2019), 137.

⁷ Balwant Singh, *Principles and Functions of Marketing* (Jankipuram: Thakur Publication, 2023), 64.

pemasaran tradisional terdiri dari 4P yaitu, *product* (produk), *place* (lokasi/tempat), *price* (harga) dan *promotion* (promosi).⁸

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 yang menjelaskan tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank ialah suatu badan usaha yang mengumpulkan dana dari nasabah dalam bentuk simpanan serta memanifestasikan kepada nasabah dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka memajukan tingkat hidup nasabah atau masyarakat.⁹ Selain itu perbankan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang tugasnya mengumpulkan uang atau dana yang berbentuk tabungan serta memanifestasikan kepada nasabah yang membutuhkan, dan bank juga menyediakan bermacam jasa keuangan yang mencakup menerima simpanan uang, memberikan pinjaman dan menawarkan bermacam produk keuangan yaitu seperti rekening tabungan, rekening giro, investasi, dana pensiun serta produk pembiayaan atau pendanaan lainnya.¹⁰

Dalam perbankan sendiri terdapat 2 jenis bank yaitu bank konvensional dan bank syariah. Definisi bank konvensional adalah bank yang dalam melakukan operasionalnya baik dalam pengumpulan dana ataupun dalam rangka menyalurkan dananya mengibahkan dan menggunakan imbalan yang berupa bunga.¹¹ Sedangkan bank syariah ialah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam.¹² Bank syariah hadir di Indonesia bertujuan untuk membantu pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka

⁸ Erlina Alimin et al., *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar Di Era Bisnis Modern* (Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022), 62.

⁹ Hery, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Grasindo, 2019), 2.

¹⁰ Rosita, *Konsep Dasar Perbankan* (Batam: Yayasan Cendekia Mulia Mandiri, 2024), 1.

¹¹ Muhamad Wandisyah R Hatagulung, *Analisis Pembiayaan Bank Syariah* (Medan: CV. Merdeka Kreasi, 2021), 3–5.

¹² Azwar Hamid, Muhamad Yarhan, and Fauzan. Muhamad, *Hukum Peerbankan Syariah* (Medan: CV. Merdeka Kreasi, 2021), 5.

memajukan kesamarataan, ikatan dan kesejahteraan rakyat disamping menerapkan sebagai lembaga keuangan. Tidak hanya untuk menyimpan uang saja, namun lembaga keuangan juga dapat berfungsi sebagai suatu lembaga yang menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan kepada masyarakat yang kekurangan dana untuk modal usahanya.

Bank syariah sendiri memiliki dasar dalam melakukannya operasionalnya yaitu sesuai dengan Q.S. An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَ تَكُونُوا أَمْوَالِكُمْ بِيَدِيكُمْ بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تَرَائِفًا عَنْ تَرَائِفِ أَنْفُسِكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِذُنُوبِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisa : 29)¹³

Indonesia ialah salah satu negara yang kebanyakan masyarakatnya menganut agama islam. Islam sendiri mempunyai 5 rukun islam yang salah satunya ialah menunaikan ibadah haji. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 yang berisi tentang bahwasanya ibadah haji merupakan salah satu kewajiban satu kali dalam seumur hidup yang diperuntukan setiap orang yang beragama islam yang merasa telah mampu untuk menunaikan ibadah haji.¹⁴ Dengan sangat besarnya antusias masyarakat Indonesia yang ingin menunaikan ibadah haji, hal tersebut menjadi salah satu lahan untuk perbankan khususnya pada perbankan syariah untuk

¹³ <https://search.app/wAwwGJSfrdk1UWkFA>, diakses pada hari Senin 11 November 2024, pukul 15.20 WIB.

¹⁴ Pemerintah Republik Indonesia, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji.”

membuat salah satu produk baru yaitu produk tabungan Haji. Berikut ini adalah daftar bank syariah yang memiliki produk tabungan haji:

Tabel 1.1

Daftar Bank Syariah di Indonesia yang Memiliki Produk Tabungan Haji

No	Nama Bank	Program	Jumlah Data Nasabah
1.	Bank Mega Syariah	Tabungan Haji Mega Syariah	114.605
2.	Bank Syariah Indonesia (BSI)	Tabungan Haji BSI	3,38 Juta
3.	Bank BCA Syariah	Tabungan Haji BCA Syariah	4.363
4.	Bank Muamalat	Tabungan Haji Muamalat	633.000
5.	Bank CIMB Niaga Syariah	Tabungan Haji CIMB Niaga	200.000
6.	Bank Panin Syariah	Tabungan Haji Panin Syariah	131.000
7.	Bank BTN Syariah	Tabungan Haji BTN Syariah	6.000
8.	Bank Danamon Syariah	Tabungan Haji Danamon Syariah	1.700
9.	Bank Bukopin Syariah	Tabungan Haji Bukopin Syariah	14.000

Sumber: <https://www.idntimes.com/>¹⁵

Dari tabel diatas, terdapat beberapa bank di Indonesia yang telah menyiapkan produk tabungan haji yang sudah resmi terintegrasi dengan kementerian agama. Sistem yang dimaksud yaitu bernama Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT). Mendaftar haji dengan SISKOHAT dapat mempermudah melakukan pelayanan yang berkualitas serta pasti memberi pernyataan kepada calon jamaah haji bahwa yang bersangkutan telah resmi atau sah terdaftar haji. Setelah itu nasabah yang telah terdaftar haji akan mendapatkan

¹⁵ Ainal Zahra, "Daftar Tabungan Haji Terbaik Di Indonesia Yang Bisa Kamu Pilih," idn times, accessed May 22, 2024, <https://www.idntimes.com/>.

sertifikat deposito (ONH yang telah dicetak secara otomatis oleh pihak bank yang telah menerima setoran tersebut. Hal tersebut memiliki tujuan agar pendataan serta penyebaran informasi dapat dilakukan secara akurat, tepat waktu dan terpercaya guna untuk kepentingan calon jamaah haji, pengelola dan anggota masyarakat lainnya.¹⁶ Jadi dengan adanya bank syariah yang menyediakan produk tabungan haji tersebut, masyarakat Indonesia dapat menabung untuk berangkat haji dengan mudah.

Tabel 1.2
Urutan Dana Penempatan Pemasukan Biaya Haji Terbesar di Indonesia

No.	Nama Bank	Jumlah Pendanaan Haji	Jumlah Nasabah
1.	PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI)	Rp 9,6 triliun	3,38 Juta
2.	PT Bank Muamalat Indonesia Tbk	Rp 8,2 triliun	633.000
3.	Bank CIMB Niaga Syariah	Rp 3,5 triliun	200.000
4.	Bank Panin Syariah	Rp 3,4 triliun	131.000

Sumber: <https://amp.kontan.co.id/news/>¹⁷

Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan bahwa terdapat 4 bank yang memiliki dana penempatan pemasukan biaya haji terbesar di Indonesia. Urutan yang paling pertama yang diduduki oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), yang mendata biaya penempatan sebesar Rp 9,6 triliun dengan jamaah haji 3,38 juta yang memiliki rekening tabungan haji. Urutan kedua diduduki oleh PT Bank Muamalat Indonesia Tbk dengan penempatan biaya sebesar Rp 8,2 triliun dan memiliki jamaah haji sebanyak 633.000. Kemudian pada posisi ketiga diduduki oleh Bank

¹⁶ Rizka Safitri Hayuningtyas, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji Di Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo (Studi Kasus Pada BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ponorogo)," *Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo*, 2020, 10–11.

¹⁷ Nurtiandriyani Simamora, "Biaya Naik Haji 2024, Perbankan Syariah Bidik Kenaikan Pertumbuhan Tabungan Haji," n.d.

CIMB Niaga Syariah dengan biaya Rp 3,5 triliun dan 200.000 jamaah haji. Urutan terakhir yaitu Bank Panin Dubai dengan penempatan Rp 3,4 triliun serta 131.000 jamaah haji.

Dari data diatas dapat dilihat bahwa Bank Syariah Indonesia lebih unggul jumlah nasabahnya pada produk tabungan haji. Bank Syariah Indonesia (BSI) sendiri ialah gabungan dari ketiga komponen bank yaitu BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah.¹⁸ Penggabungan yang dilakukan ini menyatukan keunggulan dari ketiga bank, sehingga menampilkan banyak layanan yang lebih komplit, jangkauan yang menjadi sangat luas dan mempunyai daya tampung yang semakin lebih baik.¹⁹ Didirikannya bank syariah guna untuk memberi kemudahan aktifitas finansial kepada masyarakat Indonesia, yang tentunya sesuai dengan syariah islam. Bank Syariah Indonesia memiliki produk dan layanan yang sangat beragam antara lain: Produk investasi memiliki beberapa produk yaitu BSI Tabungan Efek Syariah, Reksadana Syariah, BSI Deposito Valas, BSI Tapenas Kolektif, BSI Tapenas Reguler, BSI Cicil Emas dan lain sebagainya. Produk pembiayaan memiliki beberapa produk yaitu BSI Gadai Emas, BSI Talangan Travel Haji Khusus, BSI Griya, BSI Mitra Guna, BSI Pensiun Berkah, BSI OTO, BSI KUR dan lain sebagainya. Produk bisnis memiliki beberapa produk antara lain BSI Tabungan Bisnis, BSI Transfer Valas, BSI Usaha Mikro dan lain sebagainya. Produk Haji & Umroh memiliki beberapa produk antara lain BSI Tabungan Haji Indonesia, Kartu BSI Debit Haji dan *HAJJ &*

¹⁸ Alif Ulfa, "Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7.2 (2021): 2.

¹⁹ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Informasi Lengkap Tentang Kami Perusahaan Bank Syariah Indonesia," 2021, <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>.

Umrah Concierge. Kemudian produk layanan jasa antara lain Wali Amanat, BSI JadiBerkah.id, *Priority Family* dan lain sebagainya.²⁰

Bagi Bank Syariah Indonesia, tabungan haji ialah salah satu yang produk yang memiliki banyak peminat. Produk tabungan haji tersebut menggunakan akad yang sesuai dengan prinsip syariah islam yang dikhususkan bagi calon jamaah haji yang bertujuan untuk menabung kebutuhan biaya ibadah hajinya dengan menggunakan akad mudharabah dan akad wadiah. Adapun persyaratan untuk mendaftar tabungan haji di Bank Syariah Indonesia yaitu dengan membawa KTP atau NPWP, mengisi formulir pendaftaran serta setoran awal minimal Rp 100.000. Apabila yang mendaftar tabungan haji masih berusia di bawah 17 tahun, maka persyaratannya ialah buku tabungan di cetak atas nama anak, data CIF dan data rekening menggunakan data anak yang terhubung dengan data orang tua dan menunjukkan Kartu Keluarga/Kartu Pelajar/Akta Kelahiran yang asli dengan setoran minimal Rp 100.000. Jika saldo tabungan haji sudah mencapai 25 juta, maka nasabah tersebut dapat didaftarkan oleh pihak bank ke SISKOHAT Kementerian Agama supaya memperoleh porsi haji.

Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas mempunyai beberpa produk yang tiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah nasabah, salah satunya yaitu produk tabungan haji.

²⁰ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, "Individu Solusi Layanan Perbankan Lengkap Untuk Pribadi," 2021, <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu?s=3>.

Pada BSI KC Jombang Cempaka Mas tidak hanya memiliki produk tabungan haji saja namun ada beberapa produk tabungan lainnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.3

**Jumlah Nasabah Produk Tabungan di BSI KC Jombang Cempaka Mas
Pada Tahun 2021-2023**

Tahun	Tabungan Easy Wadiah	Tabungan Easy Mudharabah	Tabungan Haji	Tabungan Junior	Total Seluruh Nasabah Produk Tabungan
2021	2.400	1.500	1.962	700	6.562
2022	2.800	1.800	2.675	900	8.175
2023	3.200	2.200	3.388	1.000	9.788
Total Nasabah	8.400	5.500	8.025	2.600	

Sumber: *Data sekunder dari Kantor Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas 2024.*

Dari data diatas dijelaskan bahwa produk tabungan yang ada di BSI KC Jombang Cempaka Mas terus meningkat dalam setiap tahunnya. Produk tabungan easy wadiah yang menempati urutan pertama dengan total nasabahnya sebanyak 8.400 nasabah, kedua yaitu produk tabungan haji dengan total jumlah nasabah 8.025 nasabah, ketiga produk tabungan easy mudharabah dengan total nasabah 5.00, dan yang terakhir yaitu produk tabungan junior dengan total nasabah 2.600.

Meskipun jumlah nasabah pada produk tabungan haji menempati urutan kedua dibandingkan produk lainnya, tetapi daya tarik terletak pada kebutuhan spesifik, tujuan ibadah, dan perencanaan jangka panjang. Dengan demikian produk tabungan haji ini tetap menjadi salah satu pilar penting dalam portofolio tabungan di BSI KC Jombang Cempaka Mas.

Produk tabungan haji mengalami peningkatan pada setiap tahunnya karena adanya strategi pemasaran yang dilakukan oleh BSI KC Jombang Cempaka Mas. Strategi yang dilakukan oleh BSI KC Jombang Cempaka mas yaitu strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) 7P yaitu meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical Evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Strategi *promotion* (promosi) terbagi menjadi dua yaitu promosi *personal selling* yang meliputi *door to door & cross selling* serta promosi periklanan. Namun disisi lain juga terdapat beberapa masyarakat yang belum berminat untuk membuat tabungan haji karena masih berasumsi bahwa orang yang mendaftar haji itu hanya orang yang sudah memiliki niat atau siap untuk berangkat haji saja serta untuk orang yang kaya saja.²¹ Hal tersebut menjadi acuan BSI KC Jombang Cempaka Mas untuk lebih meningkatkan pendekatan kepada masyarakat sehingga masyarakat lebih mengetahui tentang produk tabungan haji tersebut.

²¹ Wawancara dengan Dewi Nurlita, Sebagai Customer Service (Pada tanggal 2 Mei 2024).

Berikut ini ialah jumlah nasabah produk tabungan haji:

Tabel 1.4
**Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC
 Jombang Cempaka Mas Pada Tahun 2021-2023**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji
1.	2021	1.962
2.	2022	2.675
3.	2023	3.388

Sumber: *Data sekunder dari Kantor Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas 2024.*

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah nasabah yang menggunakan produk pendanaan tabungan haji di BSI KC Jombang Cempaka Mas tersebut yaitu pada tahun 2021 jumlah nasabah tabungan haji yaitu berjumlah 1.962 nasabah, selanjutnya pada tahun 2022 terjadi kenaikan yaitu 2.675 nasabah dan pada tahun 2023 juga mengalami kenaikan yaitu menjadi 3.388 nasabah. Dari data tersebut jumlah nasabah tabungan haji di BSI KC Jombang Cempaka Mas mengalami kenaikan yang sangat signifikan dalam setiap tahunnya.

BSI KC Jombang Cempaka Mas merupakan salah satu kantor cabang BSI yang peneliti pilih untuk lokasi penelitian. Peneliti memilih BSI KC Jombang Cempaka Mas karena memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau, memiliki data yang relevan untuk peneliti teliti, memiliki nilai yang baik dalam pelayanan perbankan dan BSI KC Jombang Cempaka Mas telah termasuk kantor cabang (KC) dibandingkan BSI di sekitar Jombang. Dari keunggulan tersebut maka dari itu peneliti memilih BSI KC Jombang Cempaka

Mas untuk dilakukan penelitian dan mengambil salah satu produk pada BSI KC Jombang Cempaka Mas karena mengalami kenaikan dalam setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian ini karena untuk mengetahui peran strategi pemasaran khususnya pada BSI KC Jombang Cempaka Mas dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji sehingga setiap tahunnya dapat terus menerus mengalami kenaikan jumlah nasabahnya. Objek yang peneliti pilih yaitu produk Tabungan Haji karena produk tersebut ialah produk yang cukup banyak diminati di BSI KC Jombang Cempaka Mas dan produk tersebut mengalami kenaikan jumlah nasabahnya. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengetahui peran strategi pemasaran dalam memasarkan produk tersebut dan peneliti mengajukan penelitian yang berjudul “Peran Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan paparan dari latar belakang yang telah dijelaskan maka penelitian ini dapat dirumuskan fokus penelitian yang meliputi :

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jombang Cempaka Mas?
2. Bagaimana peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jombang Cempaka Mas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dijelaskan maka penelitian ini mempunyai tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan strategi pemasaran pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jombang Cempaka Mas.
2. Untuk menjelaskan peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Jombang Cempaka Mas.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perguruan tinggi, yaitu dapat meningkatkan nama baik atau reputasi perguruan tinggi lewat hasil penelitian yang berdampak positif kepada masyarakat umum dan perusahaan yang dijadikan objek penelitian.

b. Bagi Akademik

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu sumber dorongan serta sebagai referensi bagi para mahasiswa IAIN Kediri khususnya pada Prodi Perbankan Syariah dalam melaksanakan penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat memperluas pengetahuan serta wawasan tentang strategi pemasaran khususnya pada strategi cross

selling serta memperluas pengetahuan tentang produk tabungan haji yang baik dan tepat sehingga peneliti dapat mengaplikasikannya di dalam lingkungan kerjanya pada masa yang akan datang.

b. Bagi BSI

Dengan dilakukannya penelitian ini di BSI, semoga hasil dari penelitian ini bisa membantu memperkenalkan produk tabungan haji kepada masyarakat serta sebagai tambahan ilmu mengenai strategi pemasaran.

E. Penelitian Terdahulu

1. Strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada Bank Muamalat KCU Kediri.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Pria Apriyudi berfokus pada strategi jemput bola dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji pada Bank Muamalat KCU Kediri. Penelitian ini menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Hasil dari penelitian ini adalah Bank Muamalat KCU Kediri menggunakan cara realitionsshop bisnis atau turun langsung menemui para nasabah dan calon nasabah. Strategi jemput bola yaitu penempatan tempat yang sangat strategis, memberikan pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah dengan baik, langsung turun ke lapangan. Dengan adanya strategi jemput bola Bank Muamalat mengalami peningkatan yang sangar pesat dan dapat mencapai 636 nasabah.

²² Prian Apriyudi, "Strategi Jemput Bola Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada Bank Muamalat KCU Kediri," (*Skripsi IAIN Kediri*), 2023.

Persamaan dalam penelitian Prian Apriyudi yakni keduanya membahas tentang strategi dalam meningkatkan nasabah tabungan haji serta sama-sama menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan dalam penelitian Prian Apriyudi yakni peneliti terdahulu menggunakan strategi jemput bola sedangkan pada peneliti ini lebih berfokus pada strategi *cross selling* penelitian pada lokasi observasi yang dilakukan di Bank Muamalat KCU Kediri sedangkan penelitian melakukan observasi di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas.

2. Strategi pemasaran Bank Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji amanah ditinjau dari perspektif marketing syariah (Studi kasus di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri).²³

Penelitian yang dilakukan Kaffy Chaula Yukissa berfokus pada strategi pemasaran Bank Syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji amanah ditinjau dari perspektif marketing syariah pada Bank Jatim Syariah Cabang Kediri. Penelitian ini menggunakan metode wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah Bank Jatim Syariah Cabang Kediri melakukan beberapa strategi pemasaran yaitu dengan cara pemenuhan target pasar, pemilihan produk yang unggul, menentukan harga terlebih dahulu, penempatan posisi serta melakukan promosi. Sedangkan strategi pemasaran tabungan haji dari perspektif marketing syariah ialah melakukan aktifitas pemasaran dengan menggunakan prinsip syariah islam, mengajarkan nilai

²³ Kaffy Chaula Yukissa, "IAIN KEDIRI," Strategi Pemasaran Bank Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Amanah Ditinjau Dari Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus Di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri) (IAIN KEDIRI, 2021).

moral dan etika pemasaran, tidak ada yang disembunyikan serta saling menghormati sesama pegawai dan nasabah.

Persamaan dalam penelitian Kaffy Chaula Yukissa dengan peneliti yaitu sama-sama berfokus dalam strategi pemasarannya serta berfokus dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti ialah penelitian ini menggunakan produk tabungan haji amanah pada Bank Jatim Syariah sedangkan peneliti menggunakan produk tabungan haji Indonesia pada Bank Syariah Indonesia, perbedaan yang kedua terletak pada tempat observasi yang dilakukan, peneliti terdahulu melakukan penelitian di Bank Jatim Syariah Cabang Kediri sedangkan peneliti melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas.

3. Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk).²⁴

Penelitian yang dilakukan Lutfiatul Roffi'ah berfokus pada strategi bank dalam meningkatkan nasabah pada produk Tabungan Haji pada masa pandemi *covid-19* yang ditinjau dalam pandangan manajemen syariah pada Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian ini strategi Bank Muamalat KCP Nganjuk

²⁴ Lutfiatul Roffi'ah, "Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Di Bank Muamalat KCP Nganjuk," (*Skripsi IAIN Kediri*), 2022.

dalam meningkatkan jumlah nasabah saat pandemi covid-19 yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas 4P yaitu *Price, Product, Promotion* serta *Place*. Sedangkan jika ditinjau dalam perspektif manajemen syariah, Bank Muallamat KCP Nganjuk juga melakukan bauran pemasaran tetapi harus sesuai dengan syariat islam.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Lutfiatul Roffi'ah adalah sama sama berfokus dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan dengan penelitian peneliti yaitu terletak pada tempat observasi yang dilakukan, peneliti terdahulu melakukan observasi di Bank Muallamat KCP Nganjuk sedangkan peneliti melakukan observasi di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas.

4. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan oleh Ahmad Zorda Akmal (2021), mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.²⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zorda Akmal berfokus pada strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif. Dan data didapat dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta menerapkan strategi *canvassing, door, to door, event marketing, internet marketing* serta memanfaatkan SDM dengan maksimal. Dan dalam

²⁵ Ahmad Zorda Akmal, "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank BRI Syariah KC Fatwamati Jakarta Selatan," *Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2021.

penerapan strategi pemasaran tersebut terdapat beberapa hambatan yaitu berupa penolakan kunjungan peningkatan jumlah kompetitor, penyebaran hoax mengenai haji dan kurangnya lahan parkir di kantor.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian peneliti ialah sama sama berfokus dalam strategi pada produk tabungan haji. Sedangkan perbedaannya ialah terdapat dalam objek observasinya, peneliti terdahulu melakukan observasi di Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta sedangkan peneliti melakukan observasi di Bank Syariah Indonesia KC Jombang Cempaka Mas.

5. *Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah iB Ditinjau Dari Marketing Mix 4P (Studi Kasus Pada BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang).*²⁶

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu berfokus pada peran strategi pemasaran untuk meningkatkan nasabah tabungan Amanah iB yang ditinjau dari *marketing mix* 4P di BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini ialah BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yaitu *product* (produk), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *price* (harga) dalam pemasarannya. Dan BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang berhasil menambah jumlah nasabah, tahun 2018-2019 jumlah nasabahnya naik 64% sedangkan pada tahun 2019-2020 naik menjadi 74%.

²⁶ Arif Zunaidi and Vickersia Trisnasari, "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Amanah IB Ditinjau Dari Marketing Mix 4P," *Muamalatuna* 13, no. 2 (2021): 23–43.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu sama-sama membahas tentang peran strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan produk tabungan amanah iB sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan produk tabungan haji. Perbedaan kedua yaitu terletak pada lokasi observasi. Penelitian ini melakukan observasi di BPRS Kota Mojokerto Cabang Jombang sedangkan penelitian ini melakukan observasi di BSI KC Jombang Cempaka Mas.