

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perbankan merupakan salah satu jenis lembaga keuangan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi suatu negara. Perbankan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan bank meliputi lembaga, kegiatan usaha, serta cara dan proses yang digunakan bank untuk melakukan kegiatan operasionalnya.¹ Menurut UU No. 10 Tahun 1998, bank dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan prinsip operasionalnya yakni bank konvensional berdasarkan prinsip bunga bank dan bank syariah berdasarkan prinsip syariah atau hukum Islam.² Bank konvensional adalah salah satu bank yang paling dikenal di Indonesia, namun bank syariah juga semakin populer seiring berjalannya waktu. Di Indonesia, operasional perbankan syariah diatur dalam UU No. 21 Tahun 2008.

Persaingan yang terus menjadi ketat antara bank syariah dengan bank konvensional dapat dijadikan kesempatan bagi bank syariah untuk senantiasa bertahan di industri perbankan. Kesuksesan dalam industri perbankan syariah di masa mendatang banyak bergantung kepada

¹ Gilang, *Memahami Fungsi, Tugas, dan Wewenang OJK di Indonesia!*, [Memahami Fungsi, Tugas, dan Wewenang OJK di Indonesia!](#), Di akses pada tanggal 6 September 2025.

² Khotibul Umam, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 1.

kemampuan bank-bank syariah dalam menyuguhkan produk-produk yang lebih menarik, bersaing dan memberikan kemudahan transaksi kepada masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Namun bank tetap harus mematuhi ketentuan-ketentuan yang tidak keluar dari syariat. Sehingga dalam sepuluh tahun terakhir ini perbankan syariah telah mengacu pada ketentuan fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) dan menjadikan pedoman bagi perbankan syariah sebelum menerbitkan suatu produk jasa. Dengan demikian, bank syariah terus melakukan inovasi-inovasi pengembangan produk agar nasabah tetap tertarik dengan produk-produknya. Salah satunya adalah memberikan hadiah apabila nasabah bersedia membuka rekening tabungan, baik hadiah langsung ataupun undian berhadiah.³

Dimulainya perbankan syariah di Indonesia dengan didirikannya bank muamalat. Bank Muamalat Indonesia didirikan sebagai hasil kinerja perbankan dan peran andil dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pada tanggal 1 November 1991, akta pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia dibuat dan ditandatangani. Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992, dan sejak itu berkembang dengan mencakup banyak kantor cabang dan kantor cabang pembantu di seluruh Indonesia. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang semakin pesat dan kompetitif membuat Bank Muamalat Indonesia harus bersaing dengan bank syariah lainnya dalam menarik minat nasabah yang ingin

³ Mujibno, "Implementasi Pemberian Hadiah Pada Tabungan Hijrah Prima Berhadiah Menurut Fatwa DSN-MUI", Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam, Vol. 6, No. 1 (2023), 115.

menyimpan atau menyetorkan dananya. Agar tidak merugikan nasabah, Bank Muamalat Indonesia harus memperhatikan kesejahteraan nasabah dalam memperoleh kepentingannya.⁴ Minat adalah suatu keadaan dimana apa yang dilihat dan diamati seseorang berkaitan dengan keinginan atau kebutuhannya sendiri.⁵ Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Howard dan Sheth, minat menabung merupakan konteks yang berkaitan dengan rencana nasabah untuk memilih produk tertentu. Minat menabung juga dapat dipahami sebagai pernyataan preferensi nasabah pada produk tabungan tertentu.⁶

Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur. Secara astronomis Kabupaten Nganjuk terletak pada koordinat 111°5' sampai dengan 111°13' bujur timur dan 7°20' sampai dengan 7°50' lintang selatan.⁷ Dikenal sebagai daerah agraris dengan potensi ekonomi yang terus berkembang. Kota ini terletak di jalur tengah pulau Jawa, menghubungkan wilayah barat dan timur pulau Jawa, sehingga menjadi salah satu titik penting dalam aktivitas perdagangan dan jasa. Selain sektor pertanian aktivitas ekonomi di Nganjuk juga mulai menunjukkan pertumbuhan disektor keuangan termasuk perbankan. Masyarakat Nganjuk memiliki tingkat kebutuhan yang

⁴ Rani Apriani dan Hartono, *Hukum Perbankan dan Surat Berharga* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), 23.

⁵ Darmadi, *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa* (Yogyakarta: Budi Utama, 2017), 307.

⁶ Donni Junni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 164.

⁷ Bps Kabupaten Nganjuk, *Kabupaten Nganjuk Dalam Angka 2021*, (Nganjuk: Azka Putra Pratama, 2021), 3

cukup tinggi terhadap layanan keuangan yang cepat, aman, dan sesuai prinsip syariah.⁸ Kondisi ini mendorong hadirnya berbagai lembaga keuangan syariah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan berbasis nilai-nilai Islam. Di Kabupaten Nganjuk terhadap beberapa bank syariah yang melayani masyarakat yaitu BSI (Bank Syariah Indonesia) dan Bank Muamalat.

Tabel 1. 1 Data Bank Syariah di Kabupaten Nganjuk Tahun 2025

No.	Nama Bank Syariah	Alamat
1.	BSI KCP Nganjuk Yos Sudarso	Jl. Yos Sudarso No.15 c, Payaman, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64418
2.	BSI KCP Nganjuk Ahmad Yani	Jl. Ahmad Yani No.199, Payaman, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64418
3.	Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk	Jl. Gatot Subroto No.52, Kauman, Kec. Nganjuk, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64411

Sumber: hasil dokumentasi⁹

Kedua lembaga ini memiliki karakteristik dan segmentasi layanan yang berbeda. BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia hadir dengan dukungan sistem dan jaringan nasional.¹⁰ Sementara Bank Muamalat, sebagai pionir bank syariah pertama di Indonesia¹¹ memiliki peran penting dalam memperkenalkan prinsip-prinsip keuangan Islam dan menjaga konsistensi penerapan sistem

⁸ Titin Aprilia, Rachma Indrarini, *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah bagi Masyarakat Pedesaan Nganjuk*, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Volume 7 Nomor 3, (Tahun 2024), 50

⁹BSI, [Alamat BSI di Nganjuk - alamatpenting.com](https://alamatbsi.com), dan Bank Muamalat [Bank Muamalat - Kab. Nganjuk, Jawa Timur](https://bankmuamalat.com), Di akses pada tanggal 27 Mei 2025.

¹⁰Literasi Syariah, *Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*, [Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia - Edukasi Syariah | Bank Syariah Indonesia](https://sejarahbankmuamalat.com), Diakses pada tanggal 24 November 2025.

¹¹ Bank Muamalat, *Bank Muamalat Jadi Bank Syariah Dengan Layanan Terbaik*, [Bank Muamalat](https://bankmuamalat.com), Diakses 30 April 2025.

syariah secara murni.

Menyajikan data perbandingan produk tabungan berhadiah dari dua bank syariah yang beroperasi di Nganjuk, yaitu Bank Muamalat KCP Nganjuk dan Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Nganjuk. Perbandingan ini mencakup beberapa aspek penting seperti jenis produk tabungan, sumber dana, akad yang digunakan, setoran awal, jangka waktu penempatan dana, sistem pemberian hadiah, serta strategi promosi yang diterapkan oleh masing-masing bank.

Tabel 1. 2 Data Perbandingan Tabungan Bank Syariah Di Nganjuk

No.	Kategori	Bank Muamalat KCP Nganjuk	Bank Syariah Indonesia KCP Nganjuk
1.	Produk Tabungan	Tabungan Prima Berhadiah (TPB)	Pesta Hadiah
2.	Sumber Dana	<i>Fresh Fund</i>	<i>Fresh Fund</i>
3.	Akad yang Digunakan	Mudharabah	Mudharabah
4.	Setoran Awal	Minimal Rp. 25.000.000,-	Minimal Rp. 25.000.000,-
5.	Jangka waktu	Di <i>Hold</i> 3, 6, sampai 36 Bulan	Di <i>Hold</i> 1, 3, 6, sampai 12 Bulan
6.	Hadiah	Bawa pulang hadiah diawal sesuai pilihan nasabah tanpa diundi	Bawa pulang hadiah diawal sesuai pilihan nasabah tanpa diundi
7.	Strategi Promosi	Digital, Cetak, dan Komunikasi	Digital, Cetak , dan Komunikasi

Sumber: Observasi dan Dokumentasi

Data diatas menunjukkan dari segi sumber dana, baik Tabungan Prima Berhadiah (TPB) Bank Muamalat maupun Pesta Hadiah BSI mensyaratkan dana berasal dari *fresh fund*, yaitu dana baru yang belum tersimpan direkening bank

tersebut sebelumnya. Ketentuan ini menunjukkan bahwa kedua produk berorientasi pada peningkatan dana masuk, bukan sekedar memutar dana nasabah lama.

Dari sisi akad, kedua produk menggunakan akad Mudharabah, di mana nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola dana). Hal ini menegaskan kepatuhan kedua produk terhadap prinsip syariah, di mana imbal hasil diperoleh dari bagi hasil atas pengelolaan dana, bukan bunga sebagaimana dalam sistem konvensional.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“Hai orang-orang yang beriman! Tunaikanlah akad-akad itu,” (QS. Al-Ma'idah: 1)

Kedua produk sama-sama menetapkan setoran awal minimal Rp 25.000.000,-. Namun, TPB Bank Muamalat menawarkan fleksibilitas jangka waktu yang lebih panjang, yaitu antara 3 hingga 36 bulan, sedangkan BSI hanya memberikan pilihan 1, 3, 6, dan 12 bulan. Dengan demikian, TPB lebih unggul dari segi pilihan tenor, yang memberikan keleluasaan bagi nasabah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan finansial jangka pendek maupun panjang.

Aspek hadiah menjadi pembeda paling signifikan. Pada TPB Bank Muamalat, nasabah dapat langsung membawa pulang hadiah di awal tanpa melalui proses undian, sesuai nominal dana yang ditempatkan. Hal ini memberikan kepastian dan daya tarik lebih bagi nasabah yang menginginkan

imbal langsung. Sementara itu, pada program Pesta Hadiah BSI, nasabah harus mengumpulkan poin atau memenuhi syarat tertentu untuk berpartisipasi dalam undian hadiah. Model ini lebih bergantung pada faktor keberuntungan, sehingga nilai kepastiannya lebih rendah dibandingkan TPB.

Dari segi strategi promosi, kedua produk menggunakan pendekatan serupa, yaitu melalui media digital, cetak, dan komunikasi langsung. Pendekatan ini menunjukkan bahwa kedua bank berupaya menjangkau nasabah dari berbagai segmen, baik yang aktif di media digital maupun yang lebih responsif terhadap promosi konvensional.

Namun, dari aspek nilai sosial, produk TPB Bank Muamalat memiliki keunggulan yang lebih menonjol. Program ini tidak hanya berfokus pada penghimpunan dana, tetapi juga mengandung unsur *social value* seperti kegiatan berbagi atau amal, contohnya melalui program paket Ramadan bekerja sama dengan lembaga zakat. Sementara itu, program Pesta Hadiah BSI lebih menitikberatkan pada aspek *reward* atau penghargaan bagi nasabah tanpa keterlibatan sosial yang eksplisit.

Berdasarkan hasil analisis perbandingan antara produk Tabungan Prima Berhadiah (TPB) Bank Muamalat KCP Nganjuk dan program Pesta Hadiah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Nganjuk, dapat disimpulkan bahwa TPB Bank Muamalat memiliki keunggulan yang lebih menonjol dibandingkan produk serupa yang ditawarkan oleh BSI.

Sementara itu, program Pesta Hadiah BSI KCP Nganjuk juga memiliki

keunggulan tersendiri, terutama pada variasi program hadiah dan peluang partisipasi nasabah yang lebih luas melalui sistem poin dan undian. Namun, model ini lebih bersifat promosi jangka pendek dan tidak memberikan kepastian hadiah secara langsung.

Keberadaan Bank Muamalat KCP Nganjuk memiliki peran yang vital dalam mendorong peningkatan jumlah nasabah pada produk tabungan prima berhadiah secara efektif. Melalui strategi pemasaran yang terarah dan sesuai dengan prinsip syariah, Bank Muamalat mampu membangun kepercayaan masyarakat untuk menabung dengan lebih terencana dan aman. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran institusi keuangan syariah, khususnya Bank Muamalat, dalam menyediakan layanan yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga memiliki nilai ibadah dan keberkahan. Efektivitas pemasaran yang dilakukan tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah nasabah, tetapi juga dari meningkatnya pemahaman masyarakat tentang pentingnya menabung sejak dini melalui produk tabungan prima berhadiah.

Tabel 1. 3 Data Nasabah Tabungan Prima Berhadiah

No.	Bulan	Tahun		
		2023	2024	2025
1.	Januari	1	-	3
2.	Februari	-	-	3
3.	Maret	2	1	2
4.	April	-	-	1
5.	Mei	-	1	2
6.	Juni	2	1	-
7.	Juli	1	1	-
8.	Agustus	-	1	1
9.	September	2	3	1
10.	Oktober	3	-	-
11.	November	-	-	-
12.	Desember	-	-	-
	Jumlah Nasabah	11	8	13

Sumber: Wawancara dengan Branch Manager Bank Muamalat KCP Nganjuk

Pada tahun 2023 menjadi tahun pembuka yang stabil, dengan nasabah yang cukup merata disepanjang tahun. Puncaknya di bulan oktober, saat antusiasme masyarakat mencapai titik tertinggi dengan 3 nasabah. Ini menandai bulan tersebut sebagai momentum emas dalam kampanye tabungan berhadiah. Memasuki 2024, terjadi penurunan jumlah nasabah secara keseluruhan. Namun, semangat tak sepenuhnya padam, September justru bersinar sebagai bulan paling produktif, menyumbang 3 nasabah dan membuktikan bahwa potensi tetap ada jika dikelola dengan strategi yang tepat. Awal tahun langsung mencatat lonjakan luar biasa, dengan Januari dan Februari masing-masing menarik 3 nasabah. Ini menunjukkan bahwa promosi awal tahun sangat efektif dan mampu membangkitkan minat masyarakat untuk menabung sejak dini.

Produk Tabungan Prima Berhadiah di Muamalat KCP Nganjuk mengalami

dinamika yang menarik. Setelah penurunan di tahun 2024, terjadi rebound positif di tahun 2025, terutama di awal tahun. Hal ini menunjukkan potensi besar jika promosi dan edukasi produk dilakukan secara intensif di momen-momen strategis.

Bank Muamalat KCP Nganjuk merupakan salah satu bank yang ikut bersaing atau berkompetisi dalam menarik minat nasabah. Bank Muamalat KCP Nganjuk pastinya meluncurkan berbagai macam produk kreatif dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar agar dapat mempertahankan eksistensinya. Salah satu produk yang diluncurkan yaitu Tabungan Prima Berhadiah. Hal tersebut juga merupakan strategi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Nganjuk untuk menarik minat nasabah agar berinvestasi dan menyimpan dananya disana. Tabungan Prima Berhadiah adalah produk tabungan berjangka 3 sampai 60 bulan dengan setoran awal atau *fresh fund* minimal Rp. 25.000.000,- dengan keunggulan dapat memilih hadiah diawal berdasarkan preferensi nasabah. Hadiah tersebut yaitu berupa *gadget*, laptop, *home appliances*, logam mulia, dan kendaraan, dan lain-lain.¹²

Akad Tabungan Prima Berhadiah adalah akad mudharabah, dimana nasabah sebagai shahibul mal dan bank sebagai mudharib. Kedua pihak yang berkongsi dalam akad mudharabah tidak akan menerima bunga, tetapi akan menerima bagi hasil atau *profit loss sharing* dari kesepakatan awal sesuai

¹² Bank Muamalat, [Bank Muamalat](#), Diakses pada tanggal 6 September 2025

dengan ketentuan akad.¹³ Bank Muamalat KCP Nganjuk memasarkan produk Tabungan Prima Berhadiah di wilayah Kabupaten Nganjuk. Nasabah dan calon nasabah berusia 17 tahun ke atas yang memiliki penghasilan dan pekerjaan tetap menjadi target sasaran Tabungan Prima Berhadiah. Tabungan Prima Berhadiah ini identik dengan program atau pemberian hadiahnya. Menurut Fatwa DSN-MUI No. 86/XII/2012, hadiah ialah pemberian sifatnya tidak mengikat dan memiliki tujuan agar nasabah loyal kepada Lembaga Keuangan Syariah.¹⁴

Dari sisi kemudahan layanan, Bank Muamalat juga memberikan fasilitas gratis biaya transfer antar rekening Bank Muamalat, yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi transaksi keuangan nasabah. Untuk pengiriman hadiah, bank bekerja sama dengan vendor resmi, di mana proses distribusi hadiah telah dilengkapi dengan perlindungan asuransi terhadap risiko kerusakan atau kehilangan barang.

Secara keseluruhan, Tabungan Prima Berhadiah merupakan salah satu bentuk inovasi produk keuangan syariah yang tidak hanya mengedepankan keuntungan materi bagi nasabah, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Produk ini menjadi bukti bahwa sistem keuangan syariah mampu bersaing secara inovatif dengan tetap menjaga

¹³ Abu Azam Al Hadi, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 14.

¹⁴ Fatwa DSN MUI, *Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah*, [Fatwa DSN MUI tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah | Tafsiirq.com](https://www.fatwa-dsn-mui.org/tentang-hadiah-dalam-penghimpunan-dana-lembaga-keuangan-syariah), Diakses pada tanggal 6 September 2025.

integritas dan kepatuhan terhadap hukum Islam.¹⁵

Dengan demikian, secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa produk Tabungan Prima Berhadiah (TPB) Bank Muamalat KCP Nganjuk lebih unggul dibandingkan program Pesta Hadiah BSI KCP Nganjuk, baik dari segi kepastian manfaat, fleksibilitas produk, maupun nilai sosial yang terkandung di dalamnya. Produk TPB tidak hanya memberikan keuntungan material bagi nasabah, tetapi juga mengandung dimensi spiritual dan sosial yang sejalan dengan prinsip dasar perbankan syariah.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan, diketahui bahwa beberapa anggota masyarakat serta nasabah Bank Muamalat KCP Nganjuk memberikan berbagai informasi mengenai praktik pemasaran yang dilakukan oleh pihak bank. Beberapa dari mereka menyatakan bahwa pendekatan pemasaran yang digunakan cukup efektif dalam menarik minat masyarakat untuk membuka tabungan prima berhadiah. Informasi tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan kajian lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Nganjuk dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan prima berhadiah, serta untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilannya. Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan, penulis

¹⁵ Bank Muamalat, [Bank Muamalat](#), Diakses pada tanggal 3 Oktober 2025.

berniat untuk melakukan studi di Bank Muamalat KCP Nganjuk dengan judul
 “Efektivitas Produk Tabungan Prima Berhadiah Dalam Menarik Minat
 Menabung Nasabah Di Bank Muamalat KCP NGANJUK”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana pelaksanaan program Tabungan Prima Berhadiah di Bank Muamalat KCP Nganjuk?
2. Bagaimana efektivitas Tabungan Prima Berhadiah dalam menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat KCP Nganjuk?
3. Apa kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan produk Tabungan Prima Berhadiah dan bagaimana upaya Bank Muamalat KCP Nganjuk mengatasinya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program Tabungan Prima Berhadiah di Bank Muamalat KCP Nganjuk.
2. Untuk menganalisis tingkat efektivitas produk Tabungan Prima Berhadiah dalam menarik minat nasabah untuk menabung di Bank Muamalat KCP Nganjuk.
3. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan produk Tabungan Prima Berhadiah serta upaya yang dilakukan Bank Muamalat KCP Nganjuk dalam mengatasinya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran perbankan syariah . Penelitian ini dapat menjadi referensi akademik yang memperkuat teori-teori tentang efektivitas strategi pemasaran dalam meningkatkan minat dan keputusan nasabah untuk menggunakan produk perbankan, khususnya produk tabungan prima berhadiah. Selain itu penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai penerapan konsep pemasaran berbasis syariah dalam konteks lembaga keuangan islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UIN Syekh Wasil Kediri

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai tambahan referensi ilmiah di lingkungan akademik, khususnya di bidang ekonomi dan perbankan syariah. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan kajian atau rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis di masa mendatang.

b. Bagi Bank Muamalat KCP Nganjuk

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan gambaran nyata mengenai sejauh mana efektivitas strategi pemasaran yang telah dilakukan. Dengan demikian, pihak bank dapat mengevaluasi,

memperbaiki, dan mengembangkan strategi yang lebih tepat dalam menarik nasabah, khususnya untuk produk tabungan prima berhadiah.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung pada peneliti dalam mengkaji praktik pemasaran di dunia perbankan syariah. Selain itu, peneliti ini juga memperkaya wawasan serta kemampuan analisis peneliti dalam melihat hubungan antara strategi pemasaran dan peningkatan jumlah nasabah.

d. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca mengenai pentingnya strategi pemasaran dalam pengembangan produk tabungan prima berhadiah, serta memberikan wawasan tentang bagaimana perbankan syariah, khususnya Bank Muamalat KCP Nganjuk, menjalankan fungsinya dalam mendukung menabung melalui layanan keuangan yang sesuai syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis:

1. *Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Di Bank Muamalat KCP Nganjuk.*¹⁶

Hasil Penelitian ini menunjukkan berbagai strategi bank guna menambah jumlah nasabah pada produk tabungan haji tersebut mendapatkan respon positif dari masyarakat yaitu semakin banyak masyarakat yang menabung di Bank Muamalat KCP Nganjuk dan otomatis menambah jumlah nasabah pada produk tabungan haji selanjutnya mempermudah masyarakat maupun nasabah baru mendapatkan informasi tentang produk tabungan haji yang terdapat di Bank Muamalat KCP Nganjuk. Adapun persamaannya yaitu membahas produk tabungan yang ditawarkan bank untuk menarik minat masyarakat. Perbedaannya, peningkatan jumlah nasabah tabungan haji dan minat menabung nasabah.

2. *Penerapan Strategi Personal Selling pada Produk Tabungan Ib Hijrah Haji untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Haji Bank Muamalat KCP Madiun).*¹⁷

¹⁶ Lutfiatul Roffiah, “Strategi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Haji Di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah Di Bank Muamalat KCP Nganjuk” (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

¹⁷ Mardiana Mawadah Nur, “Penerapan Strategi Personal Selling pada Produk Tabungan iB Hijrah Haji untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Haji Bank Muamalat KCP Madiun)” (Kediri: IAIN Kediri, 2024).

Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan strategi pemasaran personal selling dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat KCP Madiun telah memenuhi beberapa tahapan dalam proses personal selling. Diantaranya indikator personal selling yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Madiun yakni prospecting, pra pendekatan, pendekatan, presentasi produk, dan menanganikeberatan. Adapun persamaannya yaitu kedua penelitian membahas strategi pemasaran yang diterapkan dalam konteks bank syariah, sehingga tetap terkait dengan prinsip-prinsip syariah. Penerapan strategi personal selling untuk meningkatkan nasabah Tabungan iB Hijrah Haji dan Efektivitas Tabungan Prima Berhadiah dalam menarik minat menabung keduanya berorientasi pada meningkatkan jumlah nasabah atau minat menabung. Perbedaannya, jenis produk yang berbeda.

3. *Peran Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji (Studi Kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas).*¹⁸

Hasil Penelitian ini menunjukkan strategi pemasaran yang digunakan BSI KC Jombang Cempaka Mas dalam meningkatkan produk tabungan haji adalah menggunakan strategi pemasaran

¹⁸ Nandita Adelya, “Peran strategi pemasaran bank syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji (studi kasus di BSI KC Jombang Cempaka Mas)” (Kediri: IAIN Kediri, 2025).

marketing mix (bauran pemasaran) 7P yaitu yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *promotion* (promosi), *place* (tempat), *people* (orang), *physical evedence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Selain itu juga menggunakan strategi *cross selling*. Dari beberapa strategi tersebut, strategi yang signifikan dalam meningkatkan jumlah nasabah yaitu strategi promosi melalui media sosial. Adapun persamaannya yaitu strategi pemasaran bank syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Haji dan Efektivitas Produk Tabungan Prima Berhadiah dalam menarik minat nasabah keduanya memiliki tujuan yang serupa, yaitu meningkatkan jumlah nasabah atau minat menabung. Perbedaannya pada peran strategi pemasaran dengan pendekatan marketing mix (7P), *cross selling* dan efektivitas produk Tabungan Prima Berhadiah (hadiah sebagai daya tarik produk), bukan analisis 7P.

4. *Tabungan Hijrah Prima Berhadiah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC PadangSidimpuan)*.¹⁹

Hasil Penelitian ini menunjukkan tabungan prima berhadiah adalah program tabungan yang diadakan oleh Bank Muamalat, simpanan berjangka dengan benefit hadiah sesuai pilihan nasabah. Pelaksanaan tabungan prima berhadiah itu dimana nasabah membuka tabungan prima berhadiah dengan membuat surat pernyataan

¹⁹ Lubis, “*Tabungan Hijrah Prima Berhadiah Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk KC PadangSidimpuan)*” (PadangSidimpuan: IAIN Padangsidimpuan, 2020).

persetujuan dari nasabah, Saat nasabah membuka tabungan maka saat itu juga dana tabungan nasabah akan di hold oleh pihak bank. kemudian menentukan nilai hadiah dan nasabah akan memilih hadiahnya, dan akan diproses selama 14 hari kerja untuk pengambilan hadiah. Adapun persamaannya yaitu Tabungan prima berhadiah adalah produk ***funding*** sehingga kedua penelitian membahas upaya bank menarik dana masyarakat melalui fitur hadiah. Perbedaannya, tujuan penelitian yang berbeda.

5. *Strategi Pemasaran Tabungan Prima Berhadiah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep.*²⁰

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat KCP Sumenep dalam memasarkan Produk Tabungan Prima Berhadiah ada tiga hal. Pertama, menentukan target pasar. Kedua, melakukan *cross selling* dengan memperkenalkan Produk Tabungan Prima Berhadiah kepada nasabah yang sudah menabung di produk lain di Bank Muamalat. Ketiga, *mouth to mouth* dengan meminta referensi orang terdekat. Keempat, memanfaatkan teknologi yang ada dengan mengupdate informasi harian secara rutin mengenai Produk Tabungan Prima Berhadiah di sosial media. Adapun

²⁰ Holilur Rahman, “Strategi Pemasaran Tabungan Prima Berhadiah Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Sumenep” (Sumenep: Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien (IDIA) Prenduan Sumenep, 2021).

persamaannya yaitu kedua penelitian fokus pada Tabungan Prima Berhadiah dari Bank Muamalat. Perbedaannya, metode dan pendekatan strategi berbeda, Sumenep lebih taktis (*cross selling*, referensi, media sosial), sedangkan Nganjuk menggunakan *framework Islamic Marketing Mix* (IMM), yang jauh lebih sistematis dan mempertimbangkan semua elemen pemasaran sesuai syariah.