



Strategi Peningkatan Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang

Jasnita

STAI DDI Pinrang

Mustamin B

STAI DDI Pinrang

Desy Arum Sunarta

STAI DDI Pinrang

Alamat: Jl Andreas Wahani No 27 Pinrang

Korespondensi penulis: jasnitaatahiir@gmail.com

Abstrak. *This thesis describes the Customer Improvement Strategy on Hajj Savings Products at Bank Syariah Indonesia Pinrang Branch. The purpose of this study was to determine the form of bank strategy on Hajj savings products at Bank Syariah Indonesia Pinrang Branch, and increase the number of Hajj savings customers. This study aims to determine how the form of customer improvement strategies on Hajj savings products at Bank Syariah Indonesia Pinrang branch. This research uses a descriptive qualitative approach in collecting data through observation and interviews. The results showed that: 1) the strategy applied to the Indonesian sharia bank pinrang branch uses marketing mix, cross selling, telemarketing, giving gifts and cooperation with the ministry of religion, 2) The increase in the number of Hajj savings customers in the current period continues to increase.*

Keywords: *Customer enhancement, strategy, and hajj savings*

Abstrak. Skripsi ini mendeskripsikan mengenai Strategi Peningkatan Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bentuk strategi bank pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang, dan Peningkatan jumlah nasabah tabungan haji. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk strategi peningkatan nasabah pada produk tabungan haji di bank syariah indonesia cabang pinrang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) strategi yang diterapkan pada bank syariah indonesia cabang pinrang menggunakan *marketing mix, cross selling, telemarketing*, memberi hadiah dan kerja sama dengan kementerian agama, 2) Peningkatan jumlah nasabah tabungan haji dalam periode berjalan terus meningkat.

Kata Kunci: Strategi, peningkatan nasabah, dan tabungan haji

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang begitu cepat, tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian juga perlu dikembangkan termasuk salah satunya di bidang keuangan. Lembaga keuangan syariah yang dianggap dapat memecahkan masalah perekonomian yang semakin rumit. Melalui sektor perbankan syariah yang terus berkembang di Indonesia disebabkan dari salah satu faktor penentunya adalah masyarakat atau penduduk. Kondisi saat ini dapat memberi dorongan akan kesadaran masyarakat mengenai bank yang berbasis syariah, dengan tujuan mendatangkan kemaslahatan yang baik untuk pelanggan (nasabah). Oleh karena itu, kunci keberhasilan dari perekonomian Indonesia memerlukan strategi pemasaran yang cukup baik.

Di Indonesia berkembangnya perbankan syariah adalah wujud dari pemenuhan kebutuhan masyarakat yang dijadikan sistem untuk mempersiapkan pelayanan finansial dengan baik dan terlebih dapat mengikuti aturan yang berlandaskan syariah. Perkembangan sistem keuangan sebenarnya harus diperlukan landasan hukum yang dimana masyarakat mendapatkan pelayanan yang sistematis, dan kenyamanan dalam komunikasi. Namun, setelah dikeluarkannya Undang-Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, masih ada sebagian masyarakat yang mengatakan bahwa sistem yang berlaku di perbankan syariah itu tidak ada

bedanya dengan bank konvensional (Nainggolan 2023). Bukan hanya itu, mereka juga menganggap bahwa margin atau bagi hasil yang diterapkan pada bank syariah sama saja dengan bunga bank yang ada di bank konvensional.

Perbankan syariah merupakan keseluruhan terkait bank syariah dan cabang syariah, mencakup instansi, aktivitas dalam berusaha, maupun langkah serta tahap mempraktikkan kegiatan dalam berusaha. Bank syariah memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat baik itu dalam bentuk titipan maupun investasi (Firdaus, Holisah, and Sa 2024). Jasa layanan keuangan perbankan digunakan sebagai perantara masyarakat yang memiliki simpanan yang banyak dengan masyarakat yang membutuhkan uang untuk dijadikan usaha nantinya. Dimana bank nantinya mengatur keuangan dari masyarakat yang kemudian diberikan kemasyarakatan yang memerlukan dana. Bank syariah berperan dalam bertumbuhnya perekonomian menjadi nampak diiringi dengan peningkatan distribusi modal bagi perusahaan di sektor riil. Peran perekonomian yang begitu penting untuk kalangan masyarakat luas, akan menghasilkan sebuah pembangunan yang baik (Asmawati, Trimulato, and Ismawati 2022). Dengan perkembangan bank syariah ini, mulai muncul ketertarikan masyarakat.

Kebaruan barang dagangan diterima penempatannya sehingga penting bagi kepiawaian keuangan dan tak kalah penting hubungan antar para mitra dengan para nasabah serta berkembangnya layanan produk yang dapat terus meningkat dan memperoleh suatu keunggulan dalam bersaing di dunia perbankan. Promosi suatu produk pasti membutuhkan yang namanya strategi pemasaran dimana ditinjau dan ditingkatkan sesuai perkembangan pasar dan lingkungannya (Saputri, Syahrizal, and Putri 2023). Oleh sebab itu, strategi yang digunakan dalam pemasaran wajib memberi gambaran yang valid dan jelas. Mengenai dijalankan setiap adanya suatu peluang yang akan memberikan sebuah peningkatan.

Mayoritas masyarakat yang tinggal di Indonesia menganut agama Islam. Masyarakat Indonesia mempunyai minat yang besar terhadap ibadah haji. Menyadari potensi itu, Bank Syariah Indonesia mempromosikan tabungan haji yang diatur guna membantu nasabah menghemat biaya perjalanan haji. BSI Cabang Pinrang merupakan kantor cabang yang strategis didedikasikan untuk memberikan layanan keuangan kepada masyarakat setempat. Oleh sebab itu, dibutuhkan rencana yang mudah dalam peningkatan jumlah nasabah produk tabungan haji di BSI cabang Pinrang.

Penting untuk mengetahui hambatan pada saat memikat nasabah dalam penggunaan produk tabungan haji nantinya. Faktor yang mungkin timbul antara lain kurangnya pemahaman mengenai manfaat produk tabungan haji, kurangnya kesadaran akan pentingnya menabung untuk haji dan kurangnya promosi dan informasi mengenai produk tabungan haji.

Haji termasuk rukun Islam kelima dan wajib untuk masyarakat yang menganut agama Islam yang memiliki dana lebih dan berkeinginan menunaikan ibadah. Haji membutuhkan biaya besar, dan setiap tahun Pemerintah Arab Saudi menetapkan kuota haji bagi setiap negara, termasuk Indonesia. Jumlah umat Islam berkeinginan menunaikan ibadah haji terus meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Indonesia (Supriyadi and Delvina 2018). Hal ini mencerminkan upaya meningkatnya akses orang-orang Indonesia untuk menunaikan kewajiban.

Kesadaran masyarakat akan suatu kebutuhan Rohani yang dilihat dari sudut pandang bahwa masyarakat yang memiliki dana lebih akan menyisihkan sebagian dari harta mereka untuk menunaikan suatu ibadah. Dimana, masyarakat Pinrang juga sangat membutuhkan suatu uluran tangan yang mampu mewujudkan keinginan mereka melaksanakan ibadah haji. Dan semua proses

akan perhajian itu bisa dikatakan tidak mudah untuk dilakukan tanpa ada campur tangan dari pihak bank.

Dari penjelasan diatas, diperlukan strategi meningkatkan nasabah untuk mengetahui adanya suatu peningkatan dan penurunan dari adanya produk tabungan haji. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk mengkaji dengan melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Peningkatan Nasabah pada Produk Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang**”. Dari strategi peningkatan nasabah pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang, maka dirumuskan masalah yaitu bentuk strategi pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia cabang Pinrang. Serta peningkatan nasabah pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia cabang Pinrang.

KAJIAN TEORI

1. Strategi

Strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti taktik. Strategi adalah pola suatu keingian dan kebijakan penting maupun suatu perencanaan untuk menggapai hal yang diinginkan yang dapat memperjelas kewajiban instansi di masa mendatang (Rikantasari 2020). Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai suatu hal yang diinginkan. Atau dengan kata lain bahwa strategi adalah suatu rangkaian rencana luas yang menggambarkan sistematika bisnis beroperasi untuk mencapai tujuan dan sekaligus mampu membentuk realisasi yang dirangkaikan sehingga dapat berkembang melalui suatu proses perumusan lalu diikuti dengan pelaksanaan. Strategi yakni Langkah yang bertujuan menggapai sesuatu, dimana strategi pada hakikatnya merupakan suatu langkah ataupun cara untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

Beberapa strategi yang diimplementasikan bank syariah Indonesia ca Pinrang dalam meningkatkan jumlah nasabah diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Cross Selling*. *Cross Selling* diterapkan ketika penjual menawarkan berbagai macam produk lain untuk melengkapi produk utama kepada pembeli atau nasabah dengan tujuan agar penjual mendapatkan keuntungan tambahan dari produk lainnya (Mayla Surveyandini 2022)
- 2) Promosi. Menurut Rambat Lupiyo mendefinisikan promosi yaitu sebuah langkah instansi untuk memberi informasi dari manfaat produk atau jasa kepada konsumen sebagai upaya mempengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan (Arfah 2022). Pada dasarnya promosi dalam pemasaran syariah harus sesuai aturan hukum islam yaitu secara terbuka dan beretika. yakni sebuah bagian dari bauran pemasaran yang mengutamakan pada upaya memberi informasi, dan mengingatkan kembali pembeli akan merek dan produk yang dijual oleh perusahaan. Melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, dan menjadi suatu elemen yang dapat meningkatkan penjualan produk atau jasa. Berikut ini ada beberapa jenis dari promosi diantaranya yaitu: Pemasaran Langsung, *Personal Selling*, *Sales Promotion*, *Digital Marketing*.
- 3) *Telemarketing*. *Telemarketing* menurut Bendremer Lee, yakni suatu teknik pemasaran yang mudah untuk terhubung dengan pelanggan setiap waktu (Silalahi, Prihatiningsih, and P 2018). *Telemarketing* merupakan aktivitas untuk memasarkan produk melalui alat komunikasi suara dalam memasarkan produk. Setelah setuju, maka pihak bank bertemu calon nasabah (M. TASURUN AMINUDIN 2020). Tujuan dari *telemarketing* adalah untuk menghasilkan penjualan atau mendapatkan prospek baru. Dalam *telemarketing*, perusahaan biasanya memiliki tim penjualan atau sales yang bertugas untuk menghubungi nasabah melalui telepon

untuk memperkenalkan produk ataupun layanan, serta manfaat dari produk yang ditawarkan. Jadi, *telemarketing* merupakan suatu metode yang dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan dengan menggunakan akses komunikasi.

- 4) Memberi Hadiah (*Gift*). Hadiah Secara bahasa yakni harta yang diserahkan seseorang sebagai penghargaan. Menurut istilah, hadiah terdefinisi sebagai perjanjian memberikan hak milik seseorang pada orang lain tanpa mengharapkan imbalan maupun balas jasa (Rohmah and Fauzi 2021). Dalam makna transaksi hadiah yaitu diberikan secara Ikhlas tanpa adanya imbalan balik (Yaqin 2020). Jadi, hadiah merupakan suatu harta benda yang diberikan oleh seseorang secara sukarela.
- 5) Kerjasama Dengan Kemenag. Sesuai Undang-undang No. 34 Tahun 2014 mengenai pengelolaan keuangan haji yang menyatakan, “Bank penerimaan setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji yang selanjutnya disingkat BPS-BPH adalah bank umum syariah atau unit usaha syariah yang ditunjuk oleh BPKH” (Dhiljam Nuhqila 2020).

2. Konsep Peningkatan

Peningkatan berasal dari kata tingkat menurut Adi S, yang berarti lapisan dari sesuatu yang membentuk struktur serta tingkat juga dapat berarti taraf, dan kelas sedangkan peningkatan berarti pembaharuan. Secara umum, peningkatan berarti peningkatan kualitas, atau kodrat. Peningkatan juga dapat berarti meningkatkan skill (Nadhiro 2023). Peningkatan menurut Hamzah Uno, yakni langkah, cara,, dan pergerakan untuk mendapatkan hasil aktivitas agar menjadi lebih terancang dari sebelumnya. Peningkatan yakni sebagian yang dapat mengatur rancangan, peningkatan skill dan keterampilan. Oleh karena itu, peningkatan adalah upaya seseorang untuk menjadi suatu lebih berkembang dan meningkat.

3. Pengertian Nasabah

Nasabah yaitu orang menggunakan jasa bank dan juga pelanggan yang belum punya rekening namun memperoleh manfaat dari bank untuk bertransaksi. Nasabah yang mempunyai dana lebih sebaiknya menyimpan uangnya dalam bentuk simpanan giro, tabungan atau deposito di bank (Mulyati 2016). Nasabah penyimpanan akan memperoleh bagi hasil bagi bank yang menganut sistem syariah. Nasabah juga berinteraksi dengan bank melalui layanan pelanggan, baik secara langsung maupun melalui platform digital.

4. Tabungan Haji

Tabungan haji merupakan suatu inovasi baru yang ditawarkan oleh pihak bank berdasarkan hukum syariah yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan melaksanakan ibadah haji tetapi terbatas dalam bidang finansial, maka adanya program tabungan haji dipermudah karena dibayar dengan angsuran (Mulyati 2016).

Tabungan haji bertujuan untuk melayani masyarakat Muslim untuk menyimpan dan menabung sejumlah dana yang diperuntukan untuk pembiayaan pelaksanaan ibadah haji. Sedangkan bank syariah merupakan lembaga keuangan dengan asas syariah dengan menggunakan nilai-nilai agama Islam sebagai acuan dalam setiap kegiatan operasionalnya, baik dari segi akad, maupun dalam kegiatan pelaksanaan bank (Akbar 2019). Sebagaimana firman Allah SWT, mengenai kewajiban umat Islam untuk menunaikan ibadah haji yang terdapat dalam surah Ali-Imran ayat 97. Makna dari ayat tersebut adalah tentang keutamaan ibadah haji yang merupakan suatu kewajiban bagi umat Islam yang mampu dalam konteks finansial.

5. Bank Syariah Indonesia

Pada dasarnya bank syariah yakni suatu instansi yang mengumpulkan dana nasabah berbentuk tabungan dan mengembalikannya ke nasabah guna meningkatkan biaya hidup

masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Bank Syariah, bank syariah yakni bank yang kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah (Indonesia 2018). Bank syariah yakni lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan hukum Islam dan usaha pokoknya memberikan jasa seperti transaksi pembayaran dan pembiayaan dalam peredaran uang (Indonesia 2018).

Bank syariah yakni sebuah lembaga finansial yang ditujukan untuk menjadi perantara antara pihak yang memiliki dana dengan pihak yang memiliki kekurangan dana. Umumnya, hal tersebut dipergunakan untuk keperluan usaha dan kegiatan sosial yang didasarkan pada hukum-hukum Islam yang berlaku. Pada kegiatan operasionalnya, bank syariah tidak menggunakan bunga bank (riba), spekulasi (*maysir*), dan ketidakpastian (*gharar*) dalam setiap implementasi sistem operasionalnya (Lutfi 2020).

Bank syariah berperan mendukung yang penting selama proses kegiatan aktivitas berbasis halal. Di Indonesia perbankan syariah sangat meningkat yang cukup tajam selama tiga tahun belakangan terakhir. Dari inovasi pada produk, peningkatan dalam pelayanan nasabah, serta tantangan dari pihak lain yang diterima baik dalam persaingan usaha. Bank Syariah Indonesia adalah bank Indonesia yang bergerak dibidang perbankan dan diresmikan pada 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia didirikan melalui penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah (Lutfi 2020). Integrasi ketiga elemen perbankan tersebut akan menggabungkan keunggulan bank syariah itu sendiri, sehingga mampu memberikan penawaran layanan yang bersifat komprehensif, jangkauan lebih luas dan kapasitas permodalan yang meningkat. Penggabungan ketiga bank inilah diharapkan tidak lagi menjadi hal yang biasa atau baru bagi pembangunan ekonomi negara dan dapat memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan

Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama, terdapat penelitian sebelumnya, adapun penelitian terdahulu, yaitu:

Penelitian pertama, Widhi Ariyo Bimo dan Tommy Cahya, program studi keuangan dan keuangan. Jurnalnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah (PERSERO) TBK. Cabang Bogor”. Berdasarkan penelitian tersebut, hasilnya dapat diketahui bahwa BTN Syariah Cabang Bogor menggunakan strategi segmentasi, targeting, positioning, serta marketing mix dalam memasarkan layanan produk tabungan haji iB. Sementara itu, faktor pendorong dari pemasaran produk tabungan haji tersebut adalah penduduk masyarakat Indonesia yang mayoritas merupakan pemeluk agama Islam. Hal tersebut juga berdampak terhadap keinginan melaksanakan ibadah haji yang cukup tinggi oleh masyarakat Indonesia. Namun, hal tersebut tidak berimbang dengan kondisi ekonomi masyarakat Indonesia yang menghalangi kemampuan masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji, seperti kondisi finansial, kemampuan fisik, serta ketersediaan waktu (Bimo and Cahya 2018).

Penelitian kedua, Fajriah Salsabila Halim, dkk, fakultas ekonomi. Jurnalnya yang berjudul “Analisis Penerapan Strategi *Segmenting, Targeting, dan Positioning* Terhadap Tabungan Haji pada Bank Tabungan Negara Syariah Kc Bekasi”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Bekasi memilih dua segmentasi dalam menerapkan sejumlah strategi yang akan mereka gunakan. Adapun strategi yang umum mereka gunakan adalah *segmenting, targeting, dan positioning*. Adapun *positioning* yang digunakan oleh Bank Tabungan Negara Syariah Cabang Bekasi adalah dengan memanfaatkan sejumlah

pendekatan berdasarkan atribut, harga, pengguna produk, dan kualitas. Pemilihan target pasar yang dilakukan menggunakan pendekatan *concentrated market* (Halim and Putra 2023).

Penelitian Ketiga, Muhammad Faisal Alfarisyi, Muhammad Ikhsan Harahap, program studi manajemen. Jurnalnya berjudul “Implementasi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia (BSI). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa implementasi *marketing mix* pada produk tabungan haji Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat dikategorikan berhasil, baik itu mendapatkan nasabah secara kolektif maupun perorangan. Dimana bauran pemasaran atau *marketing mix* ini sangat berpengaruh dengan memperhatikan aspek yang terus berkembang seperti produk, harga, lokasi dan promosi (Alfarisyi and Harahap 2023).

Penelitian keempat, Yeyen Priyanti, Prodi Perbankan Syariah. Jurnalnya yang berjudul “Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji dengan Akad Wadi’ah pada BSI KCP Palembang Merdeka”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dengan adanya produk tabungan haji pada BSI dapat membantu nasabah dalam menyimpan dana untuk menunaikan ibadah haji melalui pengelolaan dan yang berbasis syariah, gratis biaya pembukaan rekening, tidak ada administrasi bulanan dan nasabah mendapatkan fasilitas kartu ATM yang bisa digunakan provides VISA (Priyanti 2021).

Penelitian Kelima, Tira Syahira, dan Tuti Anggraini. Jurnalnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Kabanjahe”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa BSI dapat menyelenggarakan suatu hal yang baru seperti BSI Expo dengan berbagai kegiatan untuk menarik minat nasabah dan masyarakat umum, khususnya kaum milenial untuk lebih mengenal produk yang terdapat pada BSI KCP Kabanjahe, khususnya produk tabungan haji agar dapat mendukung inisiatif pemasaran (Syahira and Anggraini 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif menggunakan pengumpulan data, analisis kemudian diinterpretasikan dan penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik atau angka-angka dalam mengumpulkan data. (Sunarta and Darwis 2023) Dalam penelitian kualitatif ini menekankan pemahaman mengenai masalah-masalah yang ada pada kehidupan sosial berdasarkan kondisi kenyataan, kompleks dan juga secara rinci. Melalui pendekatan ini, peneliti akan memiliki kesempatan untuk mencari berbagai faktor yang mempengaruhi kehidupan sosial. Oleh karena itu, menulis hasil wawancara sebaiknya menggunakan instrumen alat bantu perekam (*tape recorder*). Pada penelitian ini yang akan diwawancarai adalah karyawan BSI cabang Pinrang dan nasabah tabungan haji.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi peningkatan nasabah pada produk tabungan haji di bank syariah Indonesia cabang Pinrang

Pada suatu perusahaan atau badan usaha baik itu BUMN atau swasta, pasti ada strategi yang diterapkan agar dapat menarik minat nasabah dalam membeli atau memakai produk maupun jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, serupa dengan adanya peningkatan jumlah penjualan yang semakin meningkat yang bisa saja melebihi dari target yang telah dirancang sebelum melakukan suatu pekerjaan.

Strategi sangat dibutuhkan dalam dunia perbankan dimana, calon nasabah akan melihat dari kualitas produk yang mereka dapat ataupun pelayanan yang sangat bagus. Maka, dari itu

dibutuhkan sebuah rancangan yang dapat menambah persentase kenaikan jumlah nasabah khususnya pada tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi ada beberapa strategi yang digunakan oleh pihak bank syariah Indonesia cabang Pinrang agar terjadi peningkatan nasabah pada produk tabungan haji yaitu:

- a. *Cross Selling*. *Cross Selling* yaitu strategi penjualan dengan menawarkan produk pelengkap pada suatu produk atau barang yang sudah dimiliki oleh pelanggan.
- b. Promosi. Promosi yakni seluruh upaya yang dilakukan oleh badan usaha untuk menarik pelanggan guna memakai produk maupun jasa yang dijual. Promosi juga bisa menjadi indikator yang penting dalam melakukan pemasaran untuk memperkenalkan keunggulan dari suatu produk yang ditawarkan atau dijual kepada konsumen.
- c. *Telemarketing*. *Telemarketing* merupakan suatu aktifitas memasarkan produk atau jasa melalui saluran komunikasi jarak jauh. Strategi ini dapat dikatakan suatu langkah awal yang dimana calon nasabah akan ditawari produk ataupun jasa yang dipasarkan oleh pihak bank.
- d. Memberi Hadiah (*Gift*)

Hadiah merupakan suatu pemberian dari seseorang kepada orang lain tanpa meminta imbalan. Dimana, hadiah yang dimaksud disini berupa barang yang diberikan kepada nasabah.

- e. Kerja sama dengan Kemenag
 - f. Bentuk kerja sama dengan kemenag juga merupakan salah satu dari strategi yang diterapkan oleh pihak bank, dimana saat ingin melunasi tabungan haji maka secara tidak langsung pihak dari kemenag akan meminta nasabah untuk melakukan pelunasan di bank syariah.
2. Peningkatan nasabah pada produk tabungan haji di bank syariah Indonesia cabang Pinrang

Bank syariah Indonesia cabang Pinrang dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji, memperoleh persentase yang cukup baik. Melakukan berbagai edukasi yang dapat menyadarkan masyarakat akan pentingnya menabung untuk haji dan memanfaatkan dengan cara menggunakan produk tabungan di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang.

Peningkatan Jumlah nasabah pada produk tabungan haji di Bank Syariah Indonesia Cabang Pinrang menunjukkan bahwa BSI telah berhasil dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk tabungan haji. Hal ini didukung oleh berbagai faktor internal maupun eksternal.

Adapun faktor internal yang mendukung peningkatan nasabah tabungan haji antara lain sebagai berikut:

- a. Kemudahan Transaksi maksudnya, BSI menyediakan berbagai aplikasi pendukung untuk memudahkan nasabah dalam mengelola tabungan hajinya, seperti ATM, dan mobile banking.
- b. Kerja sama dimana, BSI menjalin kerjasama dengan berbagai pihak seperti, lembaga pendidikan dan organisasi masyarakat.
- c. *Digitalisasi*, maksudnya BSI memanfaatkan *platform digital* untuk menjangkau nasabah secara luas seperti melalui media sosial dan website resmi.

Sedangkan, faktor eksternal yang dapat mendukung jumlah peningkatan nasabah tabungan haji yaitu:

- 1) Peningkatan ekonomi dimana, peningkatan ekonomi di Indonesia meningkatkan kemampuan masyarakat untuk menabung haji.

2) Pengaruh media, dapat dilihat dari media massa dan media sosial juga berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya menabung haji.

Dimana, jumlah nasabah tabungan haji terus meningkat dalam satu periode berjalan. Peningkatan nasabah pada produk tabungan haji dapat dilihat pada tabel dibawah ini, dimana setiap tahunnya terjadi peningkatan yang sangat besar.

Tahun	Nasabah
2021	257
2022	279
2023	793
Jumlah	1.329

Tabel 1. Perkembangan jumlah nasabah tabungan haji

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis dapat menyimpulkan mengenai strategi yang diterapkan oleh bank syariah Indonesia cabang Pinrang dan peningkatan jumlah nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Staregi yang diterapkan oleh pihak Bank Syariah Indonesia cabang Pinrang diantaranya yaitu: *Cross selling* atau bisa dikatakan nasabah yang datang langsung ke Bank Syariah Indonesia cabang Pinrang, Promosi, *Telemarketing* atau menghubungi nasabah melalui saluran jaringan, Memberi hadiah kepada nasabah yang mengalihkan dana hajinya ke Bank Syariah Indonesia, Kerja sama dengan Kemenag dan *Marketing Mix* diantaranya yaitu: tempat, harga, produk, Sumber Daya Manusia atau pegawai bank, proses dan bukti fisik.

Kesadaran masyarakat akan Haji dapat dikatakan cukup membaik, jika dilihat dari perkembangan nasabah dalam satu periode berjalan itu cukup meningkatkan pemahaman masyarakat akan bank syariah. Peningkatan nasabah pada tabungan haji di bank syariah Indonesia cabang Pinrang sangat mengalami peningkatan yang sangat baik. Dimana bank syariah Indonesia cabang pinrang juga merupakan satu-satunya perbankan syariah yang ada di Pinrang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Nuryadi. 2019. "Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 3(1):76–95.
- Alfarisyi, Muhammad Faisal, and Muhammad Ikhsan Harahap. 2023. "Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)." *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1(2):234–45.
- Arfah, Yenni. 2022. *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Asmawati, A., T. Trimulato, and I. Ismawati. 2022. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5(2):169–84.

- Bimo, Widhi Ariyo, and Tommy Cahya. 2018. "Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada Pt. Bank Tabungan Negara Syariah (Persero) Tbk. Cabang Bogor." *Moneter: Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 6(2):63–68.
- Dhiljam Nuhqila, Evita Premila. 2020. "Pengelolaan Tabungan Haji Perspektif Hukum Perjanjian Syariah." *Jurnal Hukum Islam* 18(1):85–101.
- Firdaus, Az-zahra Nuril, Siti Nur Holisah, and Ayu Sa. 2024. "Analisis Peran Customer Service Dalam Pelayanan Produk Tabungan Haji Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Di PT . Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman." 01(03):579–84.
- Halim, Fajriyah Salsabila, and Purnama Putra. 2023. "Analisis Penerapan Strategi Segmenting, Targeting Dan Positioning Terhadap Tabungan Haji Pada Bank Tabungan Negara Syariah KC Bekasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(1):564–72.
- Indonesia, Ikatan Bankir. 2018. *Mengelola Bank Syariah (Cover Baru)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Lutfi, Mohammad. 2020. "Penerapan Akad Wadiah Di Perbankan Syariah." *Madani Syariah* 3(2):132–46.
- M. TASURUN AMINUDIN, S. .. 2020. "Strategi Pemasaran Langsung Produk Kerajinan Dengan Inspirasi Artefak/Obyek Budaya."
- Mayla Surveyandini, S. E. 2022. *Strategi Pemasaran Ampuh*. Nas Media Pustaka.
- Mulyati, ETTY. 2016. "Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan Dalam Rangka Perlindungan Terhadap Nasabah Bank." *ADHAPER Jurnal Hukum Acara Perdata* 2(1):115–33.
- Nadhiro, Neny Lifiyarotun. 2023. *MEMBANGUN ADAB BERSAMA AL QUR'AN*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Nainggolan, Basaria. 2023. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Priyanti, Yeyen. 2021. "Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)* 1(2):273–88.
- Rikantasari, Shelvyna. 2020. "Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Y Dan Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Babakan, Kota Surabaya." *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam* 8(2):91–105.
- Rohmah, Alifatur, and Rahman Ali Fauzi. 2021. "Analisis Pemberian Hadiah Dalam Produk Tabungan Berjangka Wadiah Berhadiah (SAJADAH) Di BMT NU Situbondo." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4(2):197. doi: 10.30595/jhes.v4i2.11320.
- Saputri, Silvia Dewi, Ahmad Syahrizal, and Nurrahma Sari Putri. 2023. "STRATEGI

- PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP JAMBI SIPIN BAKARUDDIN.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 1(3):211–24.
- Silalahi, Rut Rismanra, Witanti Prihatiningsih, and Ratu Laura M. B. P. 2018. “Hubungan Antara Komunikasi Telemarketing Asuransi Dengan Sikap Calon Pelanggan Terhadap Telemarketer.” *MetaCommunication; Journal Of Communication Studies* 3(2).
- Sunarta, Desy Arum, and Aswinda Darwis. 2023. *Pengantar Metodologi Penelitian*. TOHAR MEDIA.
- Supriyadi, Didit, and Aulia Delvina. 2018. “Strategi Perbankan Syariah Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Masalah Di Bank Bjb Syariah Kcp Cianjur.” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Syahira, Tira, and Tuti Anggraini. 2024. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Kabanjahe.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen* 2(1):184–90.
- Yaqin, Ainol. 2020. “Persepsi Kiai Dan Tokoh Nahdhatul Ulama Terhadap Akad Dan Produk Al-Qardh Al-Hasan, Rahn Dan Hadiah Di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syari’Ah Baitul Mal Wa Tamwil (Kspps Bmt Nu) Jawa Timur Di Gapura Sumenep.” *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4(1):53–65. doi: 10.33650/profit.v4i1.866.