

**SKRIPSI**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
*EASY WADI'AH* PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
(BSI) CABANG PARE PARE**



**OLEH**

**AMRIANI  
NIM : 17.2300.093**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN  
EASY WADI'AH PADA BANK SYARIAH INDONESIA  
(BSI) CABANG PARE PARE**



**OLEH**

**AMRIANI**

**NIM : 17.2300.093**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi perbankan syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam institut agama islam negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2024**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Parepare

Nama Mahasiswa : Amriani

NIM : 17.2300.093

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
B.107/In.39.8/PP.00.9/01/2021

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Hj.Marhani,Lc.,M.Ag.

NIP : 196111231 199803 2 012

Pembimbing Pendamping : Dr. Zainal Said, M.H.

NIP : 19761118 200501 1 002

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP 19710208 200112 2 002

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Marhani', written over a dotted line.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Zainal Said', written over a dotted line.

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Parepare

Nama Mahasiswa : Amriani

NIM : 17.2300.093

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
B.107/In.39.8/PP.00.9/01/2021

Tanggal Kelulusan : 31 Juli 2023

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Hj.Marhani,Lc.,M.Ag. (Ketua)

Dr. Zainal Said, M.H (Sekretaris)

Dr. An Ras Try Astuti, M.E. (Anggota)

Dr. Damirah, S.E., M.M. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muazzafah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 19710208 200112 2 002

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Karena berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Atas terselesainya tulisan ilmiah ini, Penulis menghaturkan terima kasih banyak karena bimbingan dan bantuan dari Bapak/Ibu. Dr. Hj.Marhani,Lc.,M.Ag dan Bapak/Ibu. Dr. Zainal Said, M.H.selaku pembimbing 1 dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Dalam penulisan skripsi ini selesai dengan lancar juga atas doa, dukungan, bantuan yang setulus-tulusnya dari Ibu dan Ayah tercinta, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terimah kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag., sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Pd., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas segala pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswanya.

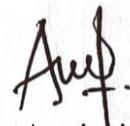
3. Bapak dan Ibu dosen program studi perbankan syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis, selama studi di IAIN Parepare.
4. Dr. Hj.Marhani,Lc.,M.Ag selaku pembimbing pertama dan Dr. Zainal Said, M.Hselaku pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberikan masukan selama peneliti menyelesaikan penelitian.
5. Ibu Hj Rusdaya Basari, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing akademik yang telah memberikan motivasi dan sarannya bagi penulis selama menjalani perkuliahan
6. Bapak ibu dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah bekerja keras dalam mengurus segala hal administratif selama penulis studi di IAIN Parepare.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
8. Guru-guru yang begitu berjasa dalam mengajar, membimbing,dan mendidik penulis selama menempuh jenjang pendidikan.
9. Keluarga besar IAIN Parepare, khususnya teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2017, teman-teman PPL, serta teman-teman KPM-DR, atas semua dukungan dan kerja samanya.
10. Pimpinan dan pegawai kantor Bank Syariah Indonesia cabang Parepare karena telah memberikan izin keada peneliti untuk melakukan penelitian disini

11. Sahabat seperjuangan yang selalu menemani dan menyemangati dalam suka duka diawal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini, sahabat st. Zakaria fitra
12. Kedua orang tua (Ayahanda Kamri dan Ibunda Sakka) dan Saudara Kandung saya yang selalu mendoakan dan mendukung saya selama ini.
13. Sang Suami Tercinta yang selalu mensupport saya melakukan penelitian.
14. Teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang begitu banyak memberi kesan dan semangat yang luar biasa selama penulis menjalani studi di IAIN Parepare.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimah kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun materiil hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah Swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala\_Nya. Terakhir penulis menyampaikan kiranya pembaca memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 12 juni 2023

Penulis,



Amriani

NIM 17.2300.093

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

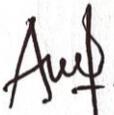
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Amriani  
Nim : 17.2300.093  
Tempat/Tanggal Lahir : Mangkulande, 19 Mei 1999  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karena batal demi hukum.

Parepare, 12 juni 2023

Penulis,



Amriani

NIM 17.2300.093

## ABSTRAK

Amriani. NIM: 17.2300.093

***"Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Parepare"***

Tabungan Easy Wadi'ah adalah salah satu tabungan yang ada di BSI Cabang Parepare dengan menggunakan prinsip wadi'ah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Easy Wadi'ah di Kota Parepare.

Metode dari penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, adapun sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, jurnal, skripsi, artikel dan berbagai sumber lainnya. Data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Marketing dan Costumer Service di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Parepare.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa untuk Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Easy Wadi'ah di Kota Parepare berdampak positif dan berpengaruh terhadap meningkatnya produk Tabungan Easy Wadi'ah Strategi pemasaran yang disusun oleh bank BSI KCP Parepare dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah dengan mengimplementasikan 4P (place, product, price, promotion). Adapun beberapa kendala yang dihadapi yaitu terdapat beberapa masyarakat yang masih belum sepenuhnya memahami tentang produk BSI Cabang Parepare dan juga Sebagian masyarakat sudah berumur dan telah menggunakan produk tabungan dari Bank lain.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Tabungan Easy Wa'diah, Bank Syariah Indonesia*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	7

B. Tinjauan Teori.....	10
1. Pengertian Strategi dan Pemasaran.....	10
2. Bank Syariah.....	14
3. Tabungan Easy Wadi'ah.....	21
C. Tinjauan Konseptual.....	29
D. Bagan Kerangka Pikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Fokus Penelitian.....	33
D. Jenis dan Data Sumber.....	33
1. Data Primer.....	34
2. Data Sekunder.....	34
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	34
1. Wawancara.....	35
2. Observasi.....	35
3. Dokumentasi.....	35
F. Uji Keabsahan Data.....	37
1. Triangulasi Sumber.....	37
2. Triangulasi Metode.....	38
3. Triangulasi Waktu.....	38

G. Teknik Analisis Data.....	38
1. Reduksi Data ( <i>Data Reduction</i> ) .....	39
2. Penyajian data ( <i>Data Display</i> ) .....	39
3. Verifikasi ( <i>Conclusion Drawing</i> ) .....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40
A. Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Easy Wadi'ah Di kota Parepare.....	40
B. Kendala Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Easy Wadi'ah Di Kota Parepare.....	53
BAB V PENUTUP.....	57
A. SIMPULAN .....	57
B. SARAN .....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	59
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	I

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.2	Bagan Kerangka Pikir	30



## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Pedoman Wawancara	89
2	SK Penetapan Pembimbing Skripsi	102
3	Berita Acara Revisi Judul	103
4	Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	104
5	Rekomendasi Penelitian	105
6	Surat Selesai Meneliti	106
7	Surat Keterangan Wawancara	107
8	Dokumentasi Wawancara	114
9	Biodata Penulis	118

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### 1. Transliterasi

#### a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa</i>	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
س	<i>Sin</i>	N	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>‘Ain</i>	‘ —	Koma Terbalik Keatas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>MIm</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
هـ	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	—'	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

*Hamzah* (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (')

#### b. Vokal

1). Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

2). Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	a dan i
اَوّ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauḷa*

### c. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يٰٓ/آ	<i>Fathah dan Alif</i> atau <i>Ya</i>	Ā	a dan garis diatas
يٰٓ	<i>Kasrah dan Ya</i>	Ī	i dan garis diatas
وٰٓ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:



Jika huruf *ع* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*ي*), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ :”Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ل* (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

#### g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’muruna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : syai'un  
أَمْرٌ : umirtu

#### h. Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fi zilal al-Qur'an*

*Al-sunnah qabl al-tadwin*

*Al-ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab*

#### i. *Lafz al-jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

اللهِ دِينُ *dinullah*      بِاللهِ بِأ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

رَحْمَةً اللهُ فِي هُمْ *hum fi rahmmatillah*

#### j. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, Misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal

kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa ma Muhammadun illa rasul*

*Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan*

*Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusi*

*Abu Nasr al-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abu al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abu al-Walid Muhammad Ibnu*)

*Nasr Hamid Abu Zaid*, ditulis menjadi *Abu Zaid*, *Nasr Hamid* (bukan: *Zaid*, *Nasr Hamid Abu*)

## 2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

Swt	=	<i>subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s	=	<i>'alaihi al-sallam</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

### Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	مكان ب دون
صلى	=	ال لهو سلم صلى
ط	=	طبعة
دن	=	ذا شر ب دون
الخ	=	آخره إلى/آخرها إلى
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata "edotor" berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : "Dan lain-lain" atau "dan kawan-kawan" (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. ("dan kawan-kawan") yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

- PT : Perseroan Terbatas  
BRIS : Bank Rakyat Indonesia Syariah  
BNIS : Bank Negara Indonesia Syariah  
BSM : Bank Syariah Mandiri  
BSI : Bank Syariah Indonesia  
KCP : Kantor Cabang Pembantu  
ATM : Anjungan Tunai Mandiri



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank pun telah menyiapkan strategi untuk memasarkan produknya guna menarik minat masyarakat untuk menggunakannya, dengan mengeluarkan produk-produk syariah untuk mempertahankan syariat islam dalam kehidupan, terlebih lagi dalam bidang perekonomian.<sup>1</sup> Bank terdapat dua jenis yaitu, konvensional dan bank syariah. Bank syariah adalah bank umum, Sebagaimana dimaksud dalam UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang saat ini telah diubah dengan No. 10 Tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit usaha syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Berkembangnya suatu Bank Syariah, tentunya harus ada dukungan dari manajemen sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Sebab, tidak mungkin suatu bank syariah dapat mencapai kesuksesan seperti prestasi yang telah dicapai tanpa manajemen SDM syariah yang berkualitas. Manajemen sumber daya

---

<sup>1</sup> Ade Onny Siagian, *Lembaga-Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Sumatera Barat: 2021, hal: 7

manusia yang baik dapat dilihat dari kontribusi yang diberikan kepada perusahaan atas pencapaian yang dilakukan oleh seorang karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas organisasi secara menyeluruh.<sup>2</sup>

Pada bulan Desember 1970, Organisasi Konferensi Islam Pakistan mengadakan konferensi para menteri luar negeri dengan tujuan meletakkan dasar bagi perluasan keuangan Islam dimasa depan dalam skala global. Baik proposal pembentukan federasi bank syariah maupun proposal pendirian bank syariah internasional untuk perdagangan dan pembangunan diajukan sebagai proposal oleh pemerintah Mesir. Rencana tersebut akhirnya disetujui setelah perwakilan dari 18 negara islam yang berbeda membahasnya. Pembentukan Bank Pembangunan Islam diberi lampu hijau selama konferensi menteri keuangan yang berlangsung di Arab Saudi dibawah naungan Organisasi Konferensi Islam pada Tahun 1975.<sup>3</sup>

Bank syariah yang berfungsi berdasarkan system non bunga melakukan transaksi dengan menggunakan system bagi hasil. Secara khusus pembagian keuntungan dan kerugian yang terjadi dilakukan oleh kedua belah pihak, yang disebut dengan *mudharub dan shahibull maal*. Hal ini menunjukkan bahwa system bunga uang dan bagi hasil memiliki kesamaan yaitu sama-sama memberikan

---

<sup>2</sup> Abdul Hakim, *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, (Semarang: EF Press Digimedia, 2014), hlm.10

<sup>3</sup> Sejarah Dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia | Shandy Utama | Jurnal Wawasan Yuridika,” Accessed November 10, 2021,

keuntungan bagi pemilik modal.<sup>4</sup> Di sisi lain, kedua system ini memiliki perbedaan utama diantara mereka; yaitu bahwa system bunga uang adalah system yang dilarang oleh islam, sedangkan bagi hasil adalah keuntungan yang tidak mengandung riba. Larangan menurut prinsip-prinsip Islam.

Perbankan merupakan institusi komersial yang di beri izin sebagai penerima simpanan. Dalam dunia perbankan yang telah diketahui bahwa jenis bank jika dilihat dari segi penentuan harga terbagi menjadi dua macam, yaitu bank yang berdasarkan prinsip-prinsip konvensional dan penentuan harga yang terdapat pada bank konvensional. Dimana penentuan harga yang terdapat pada bank syariah didasarkan pada konsep Islam yaitu kerjasama dalam skema bagi hasil baik untung maupun rugi. Sedangkan penentuan harga yang terdapat pada bank konvensional penentuan harganya selalu didasarkan pada prinsip bunga (riba), yang dimaksud dalam bunga (*riba*) disini adalah sebagai balas jasa yang diberikan oleh pihak bank berdasarkan konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya atau jasa juga diartikan sebagai harga yang harus dibayarkan oleh nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayarkan oleh nasabah kepada bank (yang memperoleh pinjaman).<sup>5</sup>

PT Bank Syariah Indonesia Tbk merupakan hasil dari penggabungan antara PT Bank BNI Syariah, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BRI Syariah

---

<sup>4</sup> Achmad Saeful, "Riba dan Bunga Bank Perspektif Islam," Maddani Syariah 4, no. 1 (2021): 40-53.

<sup>5</sup> Kamsir, *Bank dan Lembaga Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 166

diamana penggabungan itu disetujui oleh otoritas jasa keuangan melalui keputusan dewan komisaris OJK Nomor 2/KDK.02/2021 tanggal 27 januari 2021 tentang izin penggabungan tiga bank tersebut menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai hasil dari penggabungan.<sup>6</sup> Menurut pasal 1 butir 1 undang-undang No 7 tahun 1992 perbankan syariah adalah badan usaha yang melakukan himpunan dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, titipan dan bagi hasil.

Kemudian penyaluran pembiayaan kepada masyarakat dalam bentuk jual beli, salam, istishna, ijarah, investasi dan pinjaman. Sedangkan pelayanan dan jasa yang diberikan yaitu dalam bentuk wakalah, kafalah, sharf, hawalah dan rahn. Didalam undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1, menjelaskan bahwa Bank Syariah adalah segala bentuk yang menyangkut tentang kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatannya berdasarkan prinsip syariah.<sup>7</sup> Keberadaan Bank Syariah Indonesia menjadi cerminan wajah perbankan syariah yang modern, universal, dan dapat memberikan kebaikan segenap alam (*Rahmatan Lil'Alamiin*).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada *Sales Accounting* Bank Syariah Indonesia melakukan beberapa langkah untuk menarik nasabah seperti, promosi merupakan upaya yang dilakukan dalam bidang perbankan dengan melalui penyebaran brosur, mendatangi satker- satker, serah memiliki

---

<sup>6</sup> PT Bank Syariah Indonesia Tbk, *Laporan Pelaksanaan GCG 2020*, hlm. 1

<sup>7</sup> Wiroso, *PRODUK PERBANKAN SYARIAH*, (Jakarta: LPFE Usakti, 2013), hlm.44

penampilan menarik dan pandai berbicara membujuk rayu agar masyarakat tertarik untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia.<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini untuk memahami secara mendalam peran strategi pemasaran dalam meningkatkan tabungan Easy Wadiah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Parepare.

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Produk Tabungan *Easy Wadi''ah* Di Kota Parepare?
2. Apa kendala Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Produk Tabungan *Easy Wadi''ah* Di Kota Parepare?

### **C. Tujuan Penelitian**

Setiap kegiatan yang hendak dilakukan harus memiliki tujuan yang jelas. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan arah bagi pelaksanaan kegiatan agar sesuai dengan maksud dilaksanakannya kegiatan tersebut. Demikian juga dengan penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Produk Tabungan *Easy Wadi''ah* Di Kota Parepare?

---

<sup>8</sup> Abdul Halim, *Observasi awal Sales Accounting Bank Syariah Indonesia*, 25 Mei 2023

2. Untuk mengetahui apa kendala Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Produk Tabungan *Easy Wadi''ah* Di Kota Parepare?

#### **D. Kegunaan penelitian**

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi terkait dengan Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Produk Tabungan *Easy Wadi''ah* Bank Syariah Indonesia KCP Parepare. Selain itu, diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pihak yang ingin melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dan masukan.

2. Secara praktis

- a) Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang masalah-masalah yang terjadi dalam perusahaan khususnya mengenai Strategi Pemasaran

- b) Bagi Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya terkait Strategi pemasaran dalam Produk Tabungan *Easy Wadi''ah*.

c) Bagi pihak bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan referensi dalam melakukan evaluasi kinerja perbankan syariah



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Eka Lestari (2020) dalam skripsi yang mengangkat tentang “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung pada produk Tabungan Mabruur Junior yaitu dengan menerapkan empat unsur yang terdapat pada bauran pemasaran atau *Marketing Mix* yakni *Strategi Produk (Product)*, *Strategi Harga (Price)*, *Strategi Tempat (Place)*, dan *Strategi Promosi (Promotion)*<sup>9</sup>.

Perbedaan dengan penelitian saya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rizky Eka Lestari menunjukkan bahwa *Strategi* yang digunakan adalah *Marketing mix* oleh Bank Syariah mandiri KCP Teluk Betung dapat meningkatkan minat Nasabah dalam menabung. Sedangkan pada penelitian saya ingin menganalisis bagaimana strategi untuk menarik minat nasabah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat untuk menabung.

---

<sup>9</sup> Rizky Eka Lestari, 2020. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung*. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung*.

Nuzul ramadhan (2022) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah PT Bank Syariah TBK KCP Medan Pulo Brayan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai macam strategi yang digunakan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayan dalam menarik minat nasabah untuk membuka tabungan Easy Wadi'ah. Hasil dari pengamatan ini adalah mengetahui strategi pemasaran khususnya pemasaran produk tabungan Easy Wadi'ah yang diterapkan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayan, yakni bauran pemasaran. Meliputi produk (product), harga (price), tempat (place), promosi (promotion), orang (people), proses (procces), dan bukti fisik (physicaloevidence).<sup>10</sup>

Perbedaan dengan penelitian saya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuzul ramadhan *Strategi* yang digunakan adalah Bauran pemasaran oleh diterapkan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kcp Medan Pulo Brayan dapat meningkatkan minat Nasabah dalam menabung. Sedangkan pada penelitian saya ingin menganalisis bagaimana startegi untuk menarik minat nasabah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Pare sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan BSI.

Sheilamida Nanda Muhaeni dll (2022) pada Penelitiannya yang berjudul *Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah*. Hasil

---

<sup>10</sup> Ramadhan, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pt Bank Syariah Tbk Kcp Medan Pulo Brayan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1033-1041.

penelitian yang diperoleh yaitu bahwa Wadiah sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tulisan ini juga menjelaskan mengenai tarif dan biaya produk Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya beserta strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk Tabungan Easy Wadiah. Dari hasil penelitian ini saran yang dapat diberikan adalah bahwa BSI KCP Rungkut 1 Surabaya bisa lebih mengenalkan produk BSI khususnya produk Tabungan Easy Wadiah kepada masyarakat dan keunggulannya seluas mungkin dengan meningkatkan promosi melalui sosial media dan BSI untuk kedepannya dapat lebih meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga visi dan misi BSI dapat tercapai.<sup>11</sup>

Perbedaan dengan penelitian saya adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Sheilamida Nanda Muhaeni dll *Strategi* yang digunakan adalah peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga visi dan misi BSI dapat tercapai oleh diterapkan BSI KCP Rungkut 1 Surabaya dapat meningkatkan minat Nasabah dalam menabung. Sedangkan pada penelitian saya ingin menganalisis bagaimana startegi untuk

---

<sup>11</sup> Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis penerapan strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. *Musarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29-42.

menarik minat nasabah yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Pare sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan BSI.

## B. Tinjauan Teori

### 1. Pengertian Strategi dan Pemasaran

#### a) Strategi

Pengertian Strategi Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.<sup>12</sup> Startegi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>13</sup> Pengertian lain mengatakan Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya, dan sekaligus dapat dibentuk strategi yang tertealisasi muncul dalam tanggapan terhadap strategi yang dapat berkembang melalui sebuah proses perumusan (*formulation*) yang di ikuti oleh pelaksanaan (*implementation*).<sup>14</sup>

#### b) Pemasaran

Pengertian Pemasaran Pemasaran merupakan suatu proses dalam

<sup>12</sup> Makhalul Ilmi, Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah, Yogyakarta: UII Press, 2018, h. 2.

<sup>13</sup> Endah Prapti Lestari, Pemasaran Strategik, h. 2.

<sup>14</sup> Usi Usmara, Pemikiran Kreatif Pemasaran, Yogyakarta: Amara Book, 2016, h. 27.

masyarakat yang berfungsi memudahkan (memberikan/ menciptakan fasilitas-fasilitas) penyesuaian produk aparat-aparat produksi dengan persepsi dan kehendak masyarakat konsumen.<sup>15</sup> Sering terdengar orang banyak berbicara mengenai penjualan, pembelian, transaksi dan perdagangan; tetapi apakah istilah ini sama dengan apa yang dimaksud dengan pemasaran? Timbulnya penafsiran yang tidak tepat ini, terutama disebabkan karena masih banyaknya yang mengetahui dengan tepat definisi tentang pemasaran tersebut.<sup>16</sup> Penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat pula dari definisi American Marketing Association 1960, yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Pandangan yang sempit dalam pengertian pemasaran akan menyebabkan banyak pengusaha dunia yang berorientasi pada produksi dan berfikir dari segi produksi. Mereka menekankan produk apa yang dapat dihasilkan, bukan produk yang dapat dipasarkan.<sup>17</sup>

Adapun menurut Kotler dan Armstrong pemasaran adalah alat atau instrument yang membuat individu maupun kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan

---

<sup>15</sup> TK, Manajemen Pemasaran, Pusat Survei Geologo, 2015, h. 95.

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Rajawali Pers, 1992, h. 2.

<sup>17</sup> Sofjan Assauri, Manajemen, h. 3.

mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>18</sup>

c) Strategi Pemasaran (*Marketing*)

Pengertian Strategi Pemasaran Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan atau sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu-kewaktu, pada masing- masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.<sup>19</sup> Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan superior, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari strategi yang diterapkan disebuah perusahaan.<sup>20</sup>

d) Indikator- Indikator Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

---

<sup>18</sup> Kotler, Philip. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pearson Education.

<sup>19</sup> Sofjan Assauri, Manajemen, h. 154

<sup>20</sup> Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, Marketing, h. 13.

## 1. Produk

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa. Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Ia meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

Pengertian ini menunjukkan bahwa suatu barang dan jasa dibuat jika untuk kepentingan diri sendiri maka bukanlah sebuah produk. Oleh karenanya untuk disebut sebuah produk harus ada upaya untuk menawarkan atau menjual ke pasar dalam rangka mendapatkan tanggapan dan akhirnya memperoleh laba atau keuntungan. Kualitas produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut: a) Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli. Misalnya, kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.

## 2. *Price* (Harga)

Kotler dan Amstrong, mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau

penggunaan suatu produk atau jasa.

### 3. *Packaging*

Adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, materil, warna, citra, tipografi dari elemen-elemen dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar.

#### e) **Formulasi Strategi**

Misi disertai analisa mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan. Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan.<sup>21</sup>

#### f) **Implementasi Strategi**

Implementasi strategi, merupakan langkah dimana strategi yang telah melalui identifikasi ketat terkait faktor lingkungan eksternal dan internal serta penyesuaian tujuan perusahaan mulai diterapkan atau diimplementasikan dalam kebijakan-kebijakan intensif dimana setiap divisi dan fungsional perusahaan

---

<sup>21</sup> Fred R. David, Manajemen Strategi (Jakarta: Salemba empat, 2010) hal 5

berkolaborasi dan bekerja sesuai dengan tugas dan kebijakannya masing-masing.<sup>22</sup>

## 2. Bank Syariah

### a) Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>23</sup>

Adapun beberapa definisi bank syariah yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut: Menurut Muhammad, bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada AlQur,,an dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jsasjasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan denga prinsip syariat Islam.<sup>24</sup>

Menurut Sudarsono berpendapat bahwa yang dimaksud dengan bank

---

<sup>22</sup> Fred R. David, Manajemen Strategi (Jakarta: Salemba empat, 2010) hal 6

<sup>23</sup> Andri Soemitra, M.A, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Kencana Preda Media Group, Maret, 2017). h. 58-59.

<sup>24</sup> Muhammad, Manajemen Dana Bank Syariah, (Yogyakarta: Ekonisia, 2014), h.1

syariah ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah.<sup>25</sup>

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam, mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Al-Hadist. Bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur riba dan segala hal yang bertentangan dengan syariat Islam.

#### b) Dasar Hukum Bank Syariah

Adapun yang menjadi dasar hukum dalam perbankan syariah di sampaikan melalui beberapa ayat Al-Qur'an sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu.” Q.S An-nisa‘: 29).<sup>26</sup>

Berdasarkan ayat diatas, menghimbau orang-orang yang mengimani

<sup>25</sup> Irham Fahmi, Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h.26

<sup>26</sup> Q.S An-nisa‘: 29

Alquran supaya tidak memakan harta apa pun yang diperoleh/didapat dengan jelas atau cara yang batil; apalagi sampai menggunakan tindakan kekerasan yang boleh jadi berujung pada kematian/pembunuhan antar sesama umat manusia, perorangan maupun kelompok. Siapapun orangnya yang memperoleh harta dengan cara yang batil, apalagi dengan menggunakan cara-cara permusuhan dan penganiayaan, maka ancamannya adalah neraka yang ditangan Allah sangat mudah untuk memasukkannya. Sebab memperoleh harta dengan cara yang batil, oleh Al-quran dinyatakan termasuk kedalam perbuatan dosa besar yang harus dijauhi.<sup>27</sup>

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ  
 عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri, melinkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual-beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba." (Q.S Al-baqarah: 275)<sup>28</sup>

Berdasarkan ayat diatas menjelaskan, secara umum tetapi tegas memberikan gambaran tentang hokum kehalalan jual-beli dan keharaman riba,

<sup>27</sup> Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi*, (Jakarta: Amzah, 2015), h. 159.

<sup>28</sup> Q.S Al-baqarah: 275

dan gambaran karakter atau watak kehidupan pemakan riba (rentenir) yang mirip atau bahkan sama dengan orang yang kesurupan setan atau kesetanan. Penyebab kesetanan pemakan riba itu, justru karena yang bersangkutan tidak lagi bisa membedakan antara jualbeli yang dihalalkan dengan riba yang diharamkan, dan berpendapat bahwa jual-beli itu sama dengan riba. Padahal, jual-beli yang dihalalkan jelas sangat berbeda dengan riba yang diharamkan. Sistem perbankan syariah mulai dilaksanakan di Indonesia pada tahun 1992, dengan digulirkannya UU Nomor 7/1992 yang memungkinkan bank menjalankan operasional bisnis dengan sistem bagi hasil. Pada tahun sama, lahir bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Pada tahun 1998 lahir pula UU Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan UU Nomor 7 tahun 1992, tentang Perbankan. Menurut UU Nomor 10 tahun 1998 disebutkan bahwa Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dalam menjalankan aktivitasnya Bank Syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut yaitu: keadilan, kesederajatan dan ketenteraman. Sedangkan undang-undang nomor 21 tahun 2008 pasal 1 menyatakan bahwa, “Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan

maupun dalam produk lainnya”.<sup>29</sup>

#### c) Fungsi Bank Syariah

Fungsi bank syariah dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 dalam pasal 4 tentang perbankan syariah menyatakan bahwa:

1. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana social lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif)
4. Alat transmisi kebijakan moneter (sama seperti bank konvensional).<sup>30</sup>

#### d) Produk Bank Syariah

Berikut ini merupakan produk-produk yang dikeluarkan oleh Bank

---

<sup>29</sup> Abdul Ghofur Anshori, Hukum Perbankan Syariah UU No 21 Tahun 2008, (Bandung: PT Aditama, 2014), h.4

<sup>30</sup> Ikit, Manajemen Dana Bank Syariah, (Yogyakarta: Gava Media, 2018), h. 23-24

Syariah sebagai berikut:

### 1. Produk Pendanaan (*Funding*)

Produk pendanaan merupakan produk yang dikeluarkan oleh bank kepada masyarakat, dengan produk ini bank dapat memperoleh dan mengambil dana, seperti Tabungan, Deposito, dan Giro.

#### a. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang produknya dapat diambil apabila nasabah membutuhkan, dan bagi hasilnya rendah untuk yang menabung. Akan tetapi produk ini adalah produk yang menghimpun dana lebih yang dimana biaya minimal bagi pihak bank tersebut akan menawarkan bagi hasil yang rendah. Pada masa sekarang sudah ada produk yang gabungan dari tabungan dan deposito seperti produk tabungan berencana yang sifatnya itu hampir sama dengan tabungan biasa akan tetapi nasabah wajib menyetor dana secara rutin sesuai dengan kemampuan nasabah, kemudian tidak boleh diambil dalam waktu tertentu. Tabungan berencana ini bagi hasilnya lebih besar dibandingkan kesulitan dalam mengatur keuangan mereka, maka nasabah terkadang memilih tabungan ini sebagai strategi dalam mengatur keuangan keluarga dan dilengkapi fasilitas asuransi jiwa.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Al- Arif, M. N. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 56

Tabungan adalah simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang anda lakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN). Dalam perkembangannya saat ini, terdapat beberapa jenis tabungan yang tidak lagi menggunakan buku tabungan melainkan internet/mobile banking.

#### b. Deposito

Menurut UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad yang disepakati oleh nasabah dan bank syariah dan/atau UUS. Deposito adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan. Penarikan yang dimaksud ialah simpanan yang ditarik oleh si penyimpan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah penyimpan dengan bank.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Hermansyah. Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Cetakan ke 4. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2018), h. 23

### c. Giro

Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindah bukuan. Simpanan giro ini mempunyai kegunaan bagi si penyimpan yaitu dapat membayar transaksi jual beli dengan mempergunakan cek, bilyet giro, atau sarana pemerintah pembayaran lainnya.

Simpanan giro merupakan simpanan yang berasal dari masyarakat atau dana pihak ketiga yang dapat ditarik setiap saat menggunakan sarana penarikan berupa cek dan bilyet giro atau sarana lainnya. Memiliki rekening giro sama dengan memiliki uang tunai, pebisnis dan masyarakat dapat dengan mudah melakukan transaksi bisnisnya hanya dengan melakukan pembayaran cek atau bilyet giro.<sup>33</sup>

## 2. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Produk penyaluran dana adalah produk yang dapat menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan agar masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank dengan memenuhi semua persyaratan dan ketentuan yang berlaku. Pembiayaan atau *financing* adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah

---

<sup>33</sup> Ismail, Manajemen Perbankan. (Jakarta: Prenada Media Group, 2014), h. 28

direncanakan, baik dari lembaga maupun individu. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yaitu tentang perbankan menjelaskan bahwa pembiayaan adalah dana yang tersedia atau berupa tagihan yang dipersamakan seperti.<sup>34</sup>

- a. Mudarabah dan Musyarakah dalam bentuk transaksi bagi hasil.
  - b. Ijarah dalam bentuk sewa menyewa atau Ijarah muntahiya bittamlik ialah sewa beli.
  - c. Transaksi jual beli piutang Murabahah, Salam, dan Istisna.
  - d. Piutang Qardh dalam bentuk transaksi pinjam meminjam.
  - e. Transaksi sewa menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa
3. Produk Jasa

Bank Syariah selain menjalankan fungsinya sebagai pihak yang kelebihan dana dan kekurangan dana, bank syariah juga melakukan berbagai pelayanan jasa kepada nasabah seperti, sharf atau jual beli valuta asing penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama. Keuntungan yang didapatkan di bank yaitu melalui jual beli valuta asing.

---

<sup>34</sup> Al- Arif, M. N. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah. (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 54

### 3. Tabungan Easy Wadi'ah

#### a) Pengertian tabungan

Pengertian Tabungan Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek/bilyet giro dan alat pembayaran lainnya yang dipersamakan dengan itu. (UU RI No. 10 tahun 1998 tentang perbankan). Dimana yang dimaksud dengan syarat penarikan 20 tertentu adalah sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan diawal antara bank dengan nasabah. Selain itu dalam hal sarana penarikan juga tergantung dengan kesepakatan antara keduanya yaitu bank dan penabung. Alat penarikan yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Buku Tabungan Buku tabungan merupakan salah satu bukti bahwa nasabah tersebut adalah nasabah penabung di bank, setiap nasabah tabungan akan diberikan buku tabungan yaitu merupakan buku yang menggambarkan mutasi setoran penarikan dan saldo atas transaksi yang terjadi.
2. Slip Penarikan Slip penarikan adalah formulir yang telah disediakan oleh pihak bank untuk nasabah yang mempunyai kepentingan untuk melakukan penarikan tabungannya melalui kantor bank yang menerbitkan tabungan. Slip penarikan harus ditandatangani dengan memasukan nama pemilik rekening, nomor rekening, dan jumlah uang yang akan ditarik baik angka

maupun huruf. Setelah menyerahkan slip penarikan dan menyerahkan buku tabungan, bank akan membayar sejumlah uang yang tertera pada slip penarikan yang ditandatangani nasabah dan diserahkan kepada teller.

3. ATM Sarana lain yang dapat digunakan untuk melakukan penarikan rekening tabungan adalah ATM. ATM dalam perkembangan dunia modern merupakan sarana yang harus disediakan bank untuk bersaing dalam menawarkan produk 21 tabungan. Hampir semua bank umumnya menawarkan fasilitas ATM dalam menawarkan produk tabungan kepada masyarakat.
4. Sarana Lainnya Sarana penarikan lainnya yang ditawarkan oleh bank adalah formulir transfer. Formulir transfer merupakan sarana yang ditawarkan oleh bank untuk nasabah yang akan melakukan pemindahbukuan baik antar bank ataupun ke bank lainnya. Beberapa bank dapat memberikan layanan kepada nasabah yang akan melakukan penarikan atau memindahkan dananya dari rekening tabungan tanpa harus membawa buku tabungan. Fasilitas ini diberikan oleh bank kepada nasabah yang dikenal memiliki loyalitas yang tinggi kepada bank syariah. Sarana penarikan lainnya yang dapat digunakan adalah seperti bagi nasabah dengan jumlah saldo yang besar, nasabah prima, penarikan dari rekening tabungan mereka dapat diantar oleh pihak bank. Jadi dalam melakukan penarikan nasabah cukup menghubungi pihak bank tanpa harus datang ke bank dan membawa buku tabungan dan pegawai dari bank

tersebut akan mengantarkan dana sesuai dengan jumlah penarikannya yang telah diisi oleh nasabah. Nasabah dapat melakukan tanda tangan pada slip penarikan di rumah ataupun di kantor. Fasilitas ini juga hanya diberikan kepada nasabah tertentu yang loyal kepada bank dan bank telah mengenal dengan baik.

#### b) Pengertian Easy Wadiah

Tabungan Easy Wadiah Tabungan Easy Wadiah merupakan tabungan dalam bentuk menyimpan uang seorang nasabah dengan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* dimana uang yang disimpan dapat di tarik dan disetor setiap saat. Tabungan Wadiah adalah tabungan rupiah yang menggunakan syariah Islam dalam pengelolaannya. Tabungan ini berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah*, dimana pengguna tabungan ini tidak akan mendapatkan pembagian keuntungan dari bank selaku penyedia layanan. Tapi dalam waktu tertentu bank akan memberikan hadiah kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Syarat Akad Wadiah Dalam akad wadiah memiliki dua syarat, yaitu:

1. Ijab dari penitip dan qabul dari penjaga, baik dengan ucapan maupun perbuatan. Lebih dari sekali telah kami jelaskan bahwa ijab dan qabul termasuk rukun. Sekedar izin dari pemilik untuk menjaga hartanya itu tidaklah cukup. Untuk itu, harus terdapat kesepakatan antara kehendaknya dan kehendak penjaga untuk menjaga harta akad akan terjadi.

2. Kedua belah pihak harus memiliki kelayakan untuk melakukan akad akad yang berkaitan dengan harta. Jika seseorang yang balig dan berakal menerima titipan dari anak kecil atau orang gila maka dia harus menjamin barang tersebut meskipun bukan karena kesalahan atau kelalaiannya.

Syarat atau ketentuan tentang tabungan berdasarkan Wadi'ah terdapat juga dalam fatwa, yang bunyinya sebagai berikut:

1. Bersifat simpanan.
  2. Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan.
  3. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.<sup>35</sup>
- c) Akad Wadiah

Al Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Wadiah menurut pasal 20 ayat 17 komplikasi Hukum Ekonomi Syariah ialah penitipan dana antara pihak pemilik dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. Aplikasi wadiah terhadap dalam fatwa DSN-MUI No.36/DSN-MUI/X/2002 tentang

---

<sup>35</sup> Mustika, "Kajian Hukum Terhadap Pengelolaan Dana Menggunakan Akad Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam Di BMT."

sertifikat wadiah Bank Indonesia. Setelah diketahui 32 | Analisis Penerapan Strategi Pemasaran – Sheilamida, N. M., et.al. definisi wadiah, maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud wadiah adalah penitipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan benda untuk dijaganya secara layak. Apabila ada kerusakan pada benda titipan tidak wajib menggantinya, tapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya maka diwajibkan menggantinya<sup>36</sup>. Dalam perbankan Syariah tanpa salah satu rukun wadiah maka proses wadiah itu tidak berjalan/terjadi/sah. Menurut Pasal 413 ayat (1) rukun Wadiah terdiri atas:

1. Ada Muwaddi' yang bertindak sebagai pemilik barang/uang sekaligus yang menitipkan/menyerahkan.
2. Ada Mustawda yang bertindak sebagai penerima simpanan atau yang memberikan pelayanan jasa.
3. Kemudian diakhiri dengan Ijab Qabul (Sighat), yang biasanya ditandai dengan penanda tangan surat/buku tanda bukti penyimpanan.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis penerapan strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29-42.

<sup>37</sup> Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis penerapan strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29-42.

## d) Landasan Syariah

## 1. Al-Quran

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ  
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS: An-Nisa ayat: 29)*<sup>38</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha*

<sup>38</sup> QS: An-Nisa ayat: 29

*Melihat.*

## 2. Al-hadist

*“Abu Hurairah diriwayatkan bahwa Rasulullah SAW bersabda, sampaikanlah (tunaikanlah) amanah kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah mengkhianatimu”<sup>39</sup>*

### e) Jenis Jenis Wadiah

1. Wadiah Yad Amanah Wadiah yad amanah merupakan titipan murni yang diberikan oleh pihak yang mempunyai dana kepada pihak penyimpan yang diberikan amanah untuk menjaga dana yang telah dititipkan dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan apabila pemilik dana menghendakinya. Dengan akad wadiah yad amanah pihak penerima titipan tidak boleh menggunakan dana titipan, tetapi hanya boleh menjaganya saja, selain itu dana atau aset yang dititipkan juga tidak boleh dicampurkan dengan dana atau aset milik pihak lain. Dalam keadaan seperti ini pihak yang dititipi tidak mempunyai kewajiban untuk menanggung kerugian apabila ada barang yang dititipkan rusak atau hilang kecuali dari pihak bank bertindak dengan sengaja atau lalai. Aplikasi dalam perbankan akad wadiah yad amanah ini dapat diterapkan dalam safe deposit box menurut fatwa DSN No. 24/DSN-MUI/III/2002 adalah menyediakan tempat penyimpanan barang-barang

---

<sup>39</sup> HR Abu Dawud.

berharga (sertifikat tanah, surat perjanjian, akte kelahiran, ijazah, saham, obligasi, emas, mutiara, berlian, intan, dan benda yang dianggap berharga lainnya).

Rukun wadiah dan syaratnya, rukun wadiah terdiri dari :

- a. pihak yang mengadakan akad (orang yang menyimpan dan penerima titipan)
- b. benda yang akan diakad kan (barang/harta yang akan dititipkan di bank syariah)
- c. akad (kesepakatan antara keduanya pada saat serah terima).

Syarat-syarat akad wadiah adalah

- a. syarat yang berhubungan dengan penitip dan penerima titipan harus cakap hukum.
- b. kebebasan dalam melakukan transaksi.
- c. akad wadiah tidak sah jika dilakukan oleh anak di bawah umur (anak kecil),
- d. akad wadiah tidak sah apabila dilakukan oleh seseorang yang tidak berakal,
- e. bank syariah boleh memberikan bonus (tidak diperjanjikan sebelumnya).

## 2. Wadiah Yad Dhamanah

Wadiah yad dhamanah merupakan titipan murni yang berupa aset atau uang dari pihak penitip kepada pihak penyimpan yang diberikan amanah untuk menjaga aset atau uang dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja Bank Syariah (Penyimpan dana) Nasabah (Penitip dana). Pada prinsip wadiah yad dhamanah pihak perbankan dapat menggunakan manfaat dari aset atau uang yang dititipkan. Artinya pihak perbankan sudah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang tersebut. Dengan prinsip wadiah yad dhamanah pihak perbankan syariah boleh mencampurkan aset atau uang milik pihak penitip dengan tujuan untuk menjalankan operasional (penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa) perbankan syariah. Dana yang sudah terkumpul tersebut akan digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak perbankan diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip, dengan prinsip bonus tidak diperjanjikan di awal akad

### C. Tinjauan Konseptual

“Peran strategi pemasaran produk tabungan *Easy wadi'ah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare”. Untuk memudahkan pembahasan maka perlu dibatasi secara konseptual agar pembahasan dalam proposal ini lebih fokus dan lebih spesifik. Oleh karena itu tinjauan konseptual memiliki batasan makna yang terkait dengan judul tersebut agar memudahkan pemahaman terhadap isi pembahasan

serta menghindari kesalah pahaman. Oleh karena itu, dibawah ini akan diuraikan tentang pembatasan makna judul tersebut.

1. Strategi Pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadau dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan.

a) Produk

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa. Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

b) *Price* (Harga)

Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

c) *Packaging*

Adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, materil, warna, citra, tipografi dari elemen-elemen dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan.

## 2. Tabungan Easy Wadiah

Tabungan Easy Wadiah merupakan tabungan dalam bentuk menyimpan uang seorang nasabah dengan prinsip *Wadiah Yad Dhamanah* dimana uang yang disimpan dapat di tarik dan disetor setiap saat. Tabungan Wadiah adalah tabungan rupiah yang menggunakan syariah Islam dalam pengelolaannya.

### D. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah konsep tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir berguna untuk mempermudah dalam memahami permasalahan yang sedang diteliti serta mengarahkan penelitian pada pemecahan masalah yang sedang dihadapi. Maka penulis membuat sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Pikir**



1. Rencana yang menyeluruh yaitu membuat plening mengenai pemasaran tabungan easy wadiah.
2. Staretegi Pemasaran yaitu metode penjualan produk tabungan Easy wahdiah.
3. Panduan Kegiatan yaitu sekejul yang sistimatis untuk membuat program dalam stertegi pemasaran wadiah.
4. Tujuan perusahaan yaitu steregi pemasaran berdasarkan target bank syariah pare dalam merencanakan, dan membuat stertegi.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, yaitu peneliti yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain lain secara holistik dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.<sup>40</sup> Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, peneliti ingin langsung mengetahui dari pelaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan menginterpretasikannya. Dengan memberikan penjabaran dan mendeskripsikan langsung bagaimana peran strategi pemasaran produk tabungan *Easy wadi'ah* KCP Pare Pare.

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) karena peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan serta membuat catatan lapangan yang berisi informasi yang berhubungan dengan penelitian.<sup>41</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan tempat dimana suatu penelitian dilakukan, penetapan suatu lokasi penelitian merupakan tahapan penting dalam penelitian,

---

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 2.

<sup>41</sup>Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 26.

karena dengan ditetapkannya lokasi penelitian maka akan mempermudah peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu bertempat di Bank Syariah Indonesia KCP Parepare yang beralamatkan berlokasi di Jalan Bau Massepe no.419 Parepare. Alasan peneliti memilih lokasi tersebut karena adanya permasalahan yang dihadapi oleh pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Parepare dalam peran Pemasaran produk untuk meningkatkan minat nasabah menggunakan tabungan *Easy wadi'ah*, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan untuk penelitian ini kurang lebih 2 bulan Pebruari 2023 sampai April 2023 yang merupakan waktu yang sangat cukup untuk memperoleh informasi serta data yang dibutuhkan oleh peneliti.

## C. Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi pemasaran dalam meningkatkan tabungan *Easy wadi'ah* pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare. Maka dalam penelitian ini hanya fokus pada Strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare dalam meningkatkan tabungan *Easy wadi'ah*.

## D. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yaitu jenis data penelitian yang berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (informan).

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (narasumber).<sup>42</sup> Sumber data yang dikumpulkan penelitian secara langsung dari responden melalui wawancara dan observasi langsung di lapangan. Respon adalah orang yang dikategorikan sebagai sampel dalam penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan peneliti.<sup>43</sup> Data primer ini didapatkan melalui hasil wawancara dengan pihak BSI KCP Parepare yang terdiri dari 4 informan dan hasil wawancara dengan nasabah sebanyak 3 informan.

### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, hasil penelitian dalam bentuk laporan, skripsi, tesis, disertasi, peraturan perundang-undang, dan lain-lain.<sup>44</sup> Adapun data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa skripsi dan tesis yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

## E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data diantaranya:<sup>45</sup>

---

<sup>42</sup>Sutinah Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, ke-3 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

<sup>43</sup>Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV.Alfabeta, 2002), h. 34.

<sup>44</sup>Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 106.

<sup>45</sup>Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 129.

## 1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Melaksanakan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara (interviewer) dan terwawancara (interviewee) dengan maksud menghimpun informasi dari interview tersebut. Interview pada penelitian kualitatif adalah informan yang daripadanya pengetahuan dan pemahaman diperoleh. Adapun informan yang diwawancarai untuk mendapatkan data yaitu manajer pemasaran, marketing dan nasabah.

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek diteliti baik secara langsung dan tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. *Observing natural phenomena, aided by systematic classification and measurement, led to the development of theories and laws of nature's forces. Observation continues to characterize all research; experimental, descriptive, and historical.*<sup>46</sup> (Pelestarian fenomena alam yang dibantu oleh klasifikasi dan pengukuran yang sistematis menyebabkan perkembangan teori dan hukum alam memaksa pengamatan terus menjadi ciri semua penelitian, eksperimental, deskriptif, dan historis). Observasi dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Parepare dengan mengamati bagaimana pihak BSI dalam melayani calon nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah.

---

<sup>46</sup>Jhon W. Best, *Research in Education* (America: Prentice Hall Inc, 1981), h. 65

### 3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang juga berperan besar dalam penelitian kualitatif naturalistik adalah dokumentasi. Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai informan, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni dan karya pikir. Dalam hal ini, peneliti tidak hanya mendapatkan informasi dari narasumber namun peneliti juga mendapat informasi dari bentuk dokumen yang ada pada informan itu sendiri. Baik itu berupa catatan, foto, sketsa dan sebagainya.

### 2. Teknik Pengolahan Data

#### a. Koding

Koding adalah tahapan di mana peneliti mencari kata kunci dari hasil deskripsi wawancara yang dapat menjawab rumusan masalah.<sup>47</sup> Koding dimaksudkan untuk dapat mengorganisasikan dan mensistematisasi data secara lengkap dan mendetail sehingga data dapat memunculkan gambaran tentang topik yang dipelajari dan menemukan makna dari data yang dikumpulkan.

#### b. Kategorisasi

Kategorisasi adalah satuan informasi yang luas yang tersusun dari beberapa kode yang dikelompokkan untuk membentuk ide umum.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Arofatus Syifa"iyah, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2017)

<sup>48</sup>Arofatus Syifa"iyah, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah

Kategorisasi bertujuan mengelompokkan koding-koding yang sama untuk kemudian disusun dan dimaknai sehingga gambaran dan makna tentang topik yang diteliti semakin jelas.

c. Tabulasi

Setelah kategorisasi dibuat maka langkah selanjutnya membuat tabulasi data untuk melihat jawaban dominan atau mayoritas berdasarkan kategori yang sudah dibuat.<sup>49</sup>

## F. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan tehnik triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan oleh peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Kemudian terkait dengan pemeriksaan data, triangulasi berarti suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal (data) lain yang digunakan untuk pengecekan dan perbandingan data berupa sumber, metode, peneliti dan teori. Triangulasi ada 3 macam yaitu, triangulasi sumber, triangulasi metode, dan triangulasi waktu.

### 1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara

---

Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2017)

<sup>49</sup> Nyoman Trisna Aryanata, "Representasi Sosial Tentang Metroseksual" Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, (2010).

dengan metode yang ada.<sup>50</sup> Adapun pihak yang akan diwawancarai dalam penelitian ini yaitu *Marketing/Account Officer* pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare.

## 2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Dalam triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama yaitu dapat berupa observasi, dokumentasi, dan wawancara. Kemudian pelaksanaannya dapat juga dengan cara cek dan recek.<sup>51</sup> Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data yang lengkap dan valid, dokumentasi bertujuan untuk mengambil gambar yang terkait strategi pemasaran produk tabungan Easy wadi'ah pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare. Sedangkan wawancara bertujuan untuk mengambil data-data yang ingin diteliti.

## 3. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan menggunakan waktu yang berbeda-beda, dalam hal ini peneliti mengumpulkan data terkait peran *selling skill* dalam meningkatkan pembiayaan Murabahah dengan mewawancarai informan pada waktu yang berbeda-beda.

---

<sup>50</sup>Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," (Jurnal:Teknologi Pendidikan vol 10, no. 1, 2010), h. 56.

<sup>51</sup>Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," h.57.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis data menurut Miles dan Huberman yang dibagi menjadi tiga macam aktivitas dalam analisis data kualitatif, yaitu:<sup>52</sup>

### 1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

### 2. Penyajian data (*Data Display*)

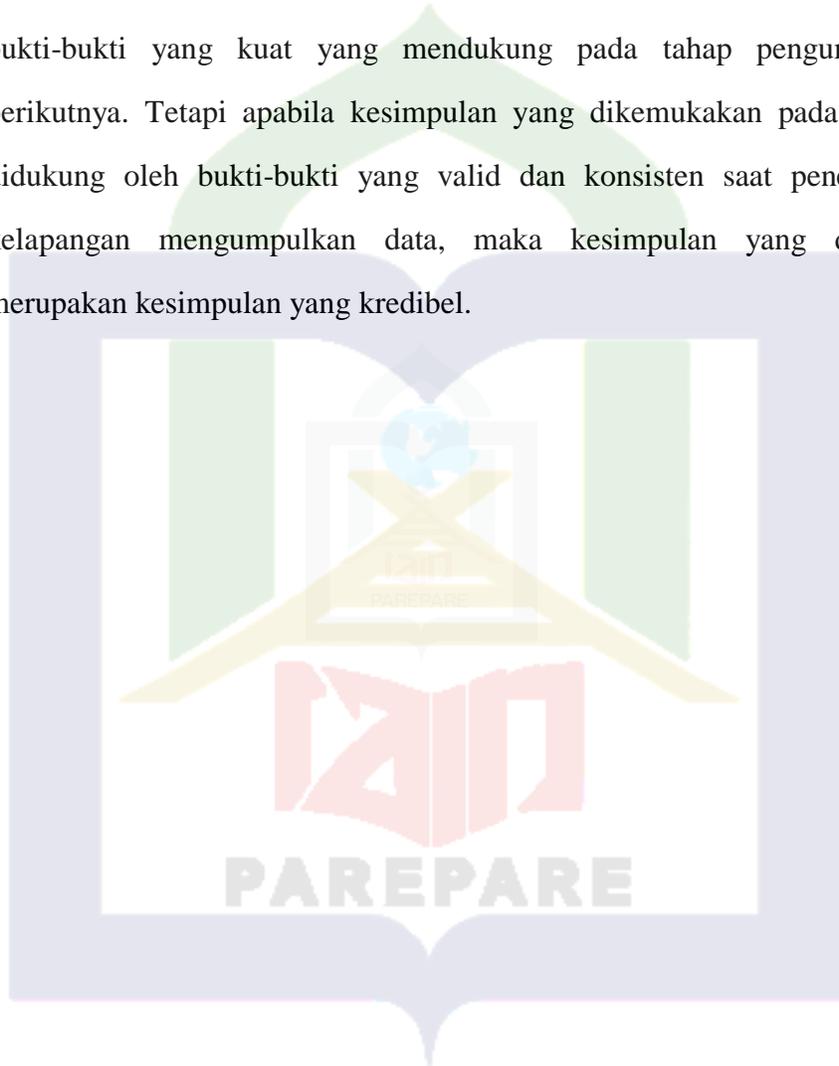
Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

---

<sup>52</sup>Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h. 244.

### 3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah *Tabungan Easy Wadi'ah* Di kota Parepare

Persaingan perbankan dan bisnis saat ini berubah semakin ketat dipasar domestik maupun pasar internasional, yang mana kondisi tersebut juga berhadapan dengan sistem pasar global. Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Karena salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang dijanjikan. Dalam kegiatan operasionalnya, bank syariah mempunyai peran sebagai lembaga perantara yang mengalami kelebihan dana dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana.

Bank syariah saat ini menawarkan berbagai macam produknya kepada masyarakat sebagai tempat penghimpunan dan penyaluran dana kepada unit-unit yang membutuhkan. Pada operasinya bank syariah tidak hanya berprinsip mencari keuntungan saja, melainkan memerhatikan aspek-aspek sosial di dalamnya. (Dian Lailatullailia et al., 2021) Bahkan secara hukum bank syariah diatur dalam peraturan BI Nomor 6/24/PBI/2004 tentang Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. Pada pasal 36 dijelaskan bahwa

Bank wajib menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya, yakni meliputi melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, salah satunya yaitu tabungan.

Dalam produk tabungan di perbankan syariah biasanya ada dua bentuk pilihan tabungan, tabungan dengan akad mudharabah dan tabungan dengan akad wadiah. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 19 ayat 1 tentang Perbankan Syariah yang mengatur tentang kegiatan usaha Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Unit Usaha Syariah disebutkan bahwa kegiatan Usaha Bank Umum Syariah adalah menghimpun dana dalam bentuk simpanan dalam bentuk giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan prinsip syariah (Jalahudin, 2015). Wadiah sebagai salah satu prinsip Islam yang digunakan dalam produk penghimpunan dana di perbankan syariah, diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 02 tentang Tabungan.

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan merger dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRIs yariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia.(Intan Apsari et al., 2022)

Dalam praktik perbankan khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP

Rungkut 1 Surabaya memang banyak sekali produk tabungan, salah satunya adalah Tabungan Easy Wadiah. Keunggulan dari Tabungan easy wadiah, antara lain: (a) Setoran awal ringan, (b) Biaya murah, (c) Memperoleh kartu ATM, (d) Memperoleh buku Tabungan, (e) Kemudahan transaksi dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking, dan (f) Bebas biaya administrasi bulanan.

Pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan melalui penjualan produk atau jasa. Pemasaran bukanlah sekedar menciptakan suatu produk dan menjualnya, pemasaran lebih terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Pahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan seseorang dan memberikan itu kepada mereka dengan cara yang lebih baik dan lebih murah dari para pesaing.

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan serta aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan serta lokasinya. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan karena sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan.

Al-Wadiah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh bank syariah untuk produk penghimpunan dana pihak ketiga. Dalam akad Al-Wadiah, bank syariah dapat menawarkan dua produk perbankan yang telah dikenal oleh masyarakat luas yaitu giro dan tabungan. Kedua produk ini dapat ditawarkan dengan menggunakan akad Al-Wadiah yaitu giro wadiah dan tabungan wadiah. Wadi'ah yaitu sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun

badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya.

Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian dan sebagainya. Yang dimaksud dengan “barang” disini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat berharga dan barang lain yang berharga di sisi Islam.

Tabungan *easy wadiah* merupakan tabungan yang menerapkan skema titipan dan menggunakan akad *wadi'ah yad adh-dhamanah* dalam implementasi produknya. Seperti yang dijelaskan oleh customer service BSI KCP Parepare:

“Tabungan easy wadiah yaitu tabungan yang dimana nasabah itu cuman menitipkan dananya ke bank, jadi tidak ada yang namanya bagi hasil, bunga, biaya administrasi, jadi berapa saja dana yang disimpan nasabah begitu juga yang ditarik nantinya, tabungan ini pada dasarnya menggunakan akad wadiah yad adh-dhamanah, yang artinya nasabah menyimpan dananya ke bank, kemudian bank yang mengelola dana tersebut, hasil dari dana tersebut akan menjadi hak bank, tabungan ini juga dapat ditarik sewaktu- waktu nasabah mau mengambilnya.”<sup>53</sup>

Pendapat di atas juga diperkuat oleh pendapat Bapak Trieamy Wiharja, beliau mengatakan:

“Tabungan easy wadiah itu tabungan yang sifatnya titipan, dia menerapkan akad wadiah yad adh-dhamanah, di tabungan tersebut nasabah hanya menyimpan

---

<sup>53</sup> Customer Sevice, Wawancara, (28 February 2023 pukul 10.00)

dananya kemudian bank mengelola dana tersebut, nah tentu dari penggunaan dana itu akan mendapatkan hasil yang menjadi wewenang bank. Tapi tabungan ini tidak sama seperti tabungan *easy mudharabah* dimana nasabah memperoleh bagi hasil, tidak seperti tabungan *easy wadiah* tidak ada bagi hasilnya karena memang sifatnya hanya titipan saja.”<sup>54</sup>

Dari hasil wawancara dengan informan, peneliti menyimpulkan bahwa tabungan *easy wadiah* adalah tabungan bersifat titipan dan boleh diambil sewaktu-waktu nasabah membutuhkan, dalam hal ini nasabah merupakan pihak yang menyetorkan dananya sedangkan bank bertindak sebagai penerima dana tersebut. Dana yang dititip nasabah boleh digunakan oleh bank, lalu hasil dari penggunaan dana tersebut akan memperoleh *margin* atau keuntungan yang tentu saja menjadi hak bank.

Berkaitan dengan hal tersebut, alasan nasabah menggunakan tabungan *easy wadiah* karena tidak adanya potongan biaya administrasi bulanan, sehingga otomatis dana yang mereka simpan tidak akan terpotong. Nasabah tidak mengetahui bahwa dana yang mereka titipkan sebenarnya di manfaatkan oleh pihak bank dan disalurkan pada berbagai usaha yang halal, sebagaimana jawaban dari Bapak Rahman:

“Saya menggunakan tabungan ini untuk menyimpan dana, yang katanya uang kita tidak akan berkurang karena bebas dari administrasi perbulannya. Kalau untuk penerapannya saya sendiri tidak paham, karena tidak diberitahukan secara

---

<sup>54</sup> Customer Sevice, Wawancara, (28 February 2023 pukul 10.00)

lengkap.”<sup>55</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, peneliti menyimpulkan bahwa sebelum menyetujui akad pembukaan rekening tabungan *easy wadiah*, *customer service* telah menginformasikan kepada nasabah terkait bagaimana penerapan akad *wadiah* pada tabungan *easy wadiah*, dan menjelaskan secara kompleks bagaimana pihak bank memanfaatkan dana titipan nasabah.

Pada masa saat ini persaingan di dunia perbankan syariah sangat ketat, hal tersebut akan berdampak pada pendapatan bank syariah itu sendiri. Untuk itu suatu bank syariah dituntut untuk memperluas market share agar mampu bersaing dengan bank yang lain. Perbankan syariah agar dapat bersaing dengan bank yang lainnya dibutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan sesuai, untuk itu pemasaran menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu usaha, agar tujuan-tujuan yang ingin diraih dapat terwujud. Dengan kerja sama yang baik dan kompak di setiap komponen perusahaan maka pemasaran akan berjalan dengan baik juga.

*Marketing mix* merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan menggunakan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya. Kombinasi yang terdapat dalam bauran pemasaran harus dilakukan secara terpadu. Artinya pelaksanaan dan

---

<sup>55</sup> Rahman, “Wawancara Nasabah BSI KCP Parepare” (28 February 2023 pukul 10.00).

penerapan komponen ini dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.<sup>56</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bagian *Marketing* Tabungan di Bank syariah Indonesia KCP Parepare Menyatakan sebagai berikut:

“dalam meningkatkan nasabah tabungan easy wadiah kami menggunakan strategi mix marketing, yaitu pemasaran melalui produk, pemasaran melalui harga, pemasaran melalui promosi, pemasaran melalui lokasi, dan menggunakan prinsip-prinsip syariah”.<sup>57</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di jelaskan bahwa Bank syariah Indonesia KCP Parepare dalam meningkatkan nasabah easy wadiah dengan cara menggunakan marketing mix.

Untuk memberikan kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tabungan wadiah, maka terdapat beberapa ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Persyaratan dan ketentuan tabungan wadiah, disamping untuk meningkatkan pelayanan, juga untuk menjaga keamanan serta keuntungan bagi nasabah. Ketentuan tentang tabungan wadiah diatur oleh Bank Indonesia, akan tetapi masing-masing bank syariah diberi kewenangan untuk mengatur sendiri asalkan ketentuan yang dibuat oleh bank

---

<sup>56</sup> Tengku Firii Musfar, Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, (Bandung: Media Sais Indonesia, 2020), hal. 02

<sup>57</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

syariah tidak bertentangan dengan peraturan BI.<sup>58</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ibu Aulia Nurjana selaku *Marketing* Tabungan di Bank syariah Indonesia KCP Curup Menyatakan :

“jika ingin menjadi nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Parepare minimal usia 17 tahun dan sudah memiliki KTP”.<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di jelaskan bahwa syarat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Parepare dengan minimal usia 17 tahun dan sudah memiliki KTP.

Strategi pemasaran bagi BSI KC Parepare merupakan suatu hal yang penting karena sebagai langkah untuk melakukan kegiatan pemasaran seperti target sasarnya dan produk yang akan ditawarkan. Strategi sebagai hal terpenting dalam kegiatan operasional suatu perusahaan. Strategi hadir sebagai suatu pelaksanaan dalam mencapai target dan tujuan dari perusahaan, serta menjalankan apa yang menjadi visi dan misi perusahaan. Dengan adanya strategi perusahaan akan mampu menyelesaikan masalah yang terjadi dan tujuan dari perusahaan itu dapat dicapai sesuai target yang diinginkan.

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk-produk

---

<sup>58</sup> R. Ajeng Entaresmen & Desy Putri Pertiwi, strategi pemasaran terhadap penjualan produk tabungan ib hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol. 9, No. 1, 2016, hal. 53

<sup>59</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

yang diproduksi oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan *Easy Wadi'ah* Di Kota Parepare sudah sangat bagus dan baik, dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan maka peneliti menganalisis bahwa Strategi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Parepare sangat berpengaruh terhadap peningkatan nasabah yang pesat, Bank Syariah Indonesia KCP Parepare mengalami peningkatan pada tahun 2022-2023, setelah menggunakan beberapa strategi yaitu:

a. Produk (*product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang memiliki nilai suatu pasar sasaran, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syari'ah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau bank konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip syariahnya yang diaplikasikan dalam akad kontrak. Dengan akad yang menggunakan prinsip syari'ah ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat dan tentunya menginginkan produk-produk perbankan yang bebas dari riba dan mendapat nilai pahala dihadapan Allah SWT. Sesuai dengan perencanaannya, produk Tabungan wadiah ini

dikeluarkan untuk menyasar target masyarakat ekonomi kelas bawah, para pelajar, mahasiswa ataupun konsumen yang menginginkan tabungan tanpa biaya administrasi atau biaya yang rendah.<sup>60</sup>

BSI (KCP) Parepare menerapkan strategi pemasaran terhadap produk tabungan pada perusahaan, dimana produk sangat berperan penting pada perusahaan dengan mengutamakan kualitas produk serta nasab bagi hasil yang cukup kompetitif. Selain mengutamakan kualitas produk, BSI KCP Parepare mengutamakan tujuan dasar dari dikeluarkannya produk tabungan BSI adalah untuk membantu masyarakat dalam melakukan investasi. Produk tabungan BSI yang merupakan produk utama. Tabungan BSI menggunakan akad mudharabah mutlaqah (bagi hasil) yang memberikan rasa aman dan terjamin, *online* di seluruh outlet BSI dan setoran minimum berikutnya yang ringan sehingga menjadi kemudahan bagi nasabahnya.

Adapun Syara-syarat yang tertera pada brosur promosi BSi KCP Pare Secara Umum ialah :<sup>61</sup>

1. Copy KTP s/i, NPWP,
2. Setoran awal minimal 100.000
3. Administrasi 10.000

---

<sup>60</sup> Tengku Firii Musfar, Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran, (Bandung: Media Sais Indonesia, 2020), hal. 02

<sup>61</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

b. Harga (*Price*)

Harga juga merupakan aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena harga merupakan salah satu yang menentukan laku tidaknya produk pada perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang akan ditawarkan.

Setelah produk berhasil diciptakan, langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar nasabah untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan oleh bank. Pada bank syariah yang menjadi harga adalah margin (bagi hasil) yang ditetapkan antara nasabah dan pihak bank sejak akad ditanda tangani.

“ di bank ini untuk harga dalam strategi pemasaran itu menggunakan proses cepat dan syaratnya di permuda, jadi dengan cara itu nanti orang bisa menggunakan tabungan easy wadiah. Adapun untuk biasay administrasinya perbulan yang harus dibayar oleh nasabah adalah Gratis dan setoran minimal pertama adalah sebesar Rp100.000 (perorangan), setoran selanjutnya minimal Rp10.000 dan saldo minimum adalah sebesar Rp50.000.”<sup>62</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan *marketing* dan *costumer service* diketahui bahwa harga dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Parepare dengan mengandalkan proses yang cepat dan persyaratan yang mudah Bank Syariah

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

Indonesia berhasil menarik minat nasabah untuk menabung. Bank Syariah Indonesia KCP Parepare menetapkan pada Tabungan Wadiah untuk biaya administrasi perbulan yang harus dibayar oleh nasabah adalah Gratis dan setoran minimal pertama adalah sebesar Rp100.000 (perorangan), setoran selanjutnya minimal Rp10.000 dan saldo minimum adalah sebesar Rp50.000.

Harga ini merupakan harga yang paling rendah jika dibandingkan dengan produk tabungan lainnya seperti Tabungan Easy Wadiah dan juga produk tabungan lainnya dimana biaya administrasi perbulannya adalah gratis. Hal ini diharapkan mampu menarik minat sasaran pasar untuk menggunakan Tabungan Wadiah ini dimana sasaran pasarnya adalah masyarakat ekonomi kelas bawah serta para pelajar dan mahasiswa yang tujuannya menabung adalah hanya sekedar menabung saja bukan bertujuan untuk mencari keuntungan (profit oriented).<sup>63</sup>

Dengan rincian harga tersebut dapat dikatakan Bank BSI mempunyai harga (price) yang terjangkau bagi masyarakat. Hal tersebut merupakan strategi yang efektif untuk memasarkan produk tabungan ini. Dengan harga yang terjangkau diharapkan meningkatkan minat masyarakat untuk menabung dengan membuka tabungan BSI Easy Wadiah.

---

<sup>63</sup> Siti Khadijah, startegi pemasaran produk tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada bank syariah Indonesia (ex legcy bni syariah) kc banjarbaru, (Banjarmasin: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2021), hal. 01

c. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan Pada saat memasarkan produknya, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare juga secara konsisten mengedepankan standar penting seperti keaslian dan transparansi, tidak melebih lebihkan keunggulan produk, membuat postingan produk semenarik yang diharapkan dan disesuaikan dengan keadaan produk dimana hal tersebut tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian dalam transaksi karena informasi yang tidak lengkap).” Berikut hasil wawancara oleh customer service:

“Untuk strateginya sendiri untuk meningkatkan jumlah nasabah itu banyak mulai dari sosial media mulai dari sebar brosur, mulai dari kerjasama instansi, mislanya ada lomba kita ikut sponsori mereka terus hadiah nya berupa tabungan, apa yang bisa jawab pertanyaan dalam bentuk berupa tabungan, berawal dari hal itu meningkat peminat nya itu jadi dari ke mulut biasanya atau bisa juga kita kerjasama sama suatu perusahaan terus kita tawarin direkturnya untuk buka tabungan dikita dengan karyawan maksunya karyawan buka tabungan di kita semua dengan gaji yang dibayarkan tiap bulan dan di atas tabungan akad tabungan wadiah biasanya banyak yang suka karena lebih meringankan beban karyawan untuk biaya admin itu sendiri itu sih untuk strateginya”.

Berdasarkan hasil wawancara Promosi yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Indonesi KCP Parepare ialah terjun ke lapangan secara langsung dengan memberikan brosur-brosur dan sosialisasi kepada masyarakat Parepare.

d. Tempat (*Place*)

Lokasi adalah tempat terjadinya proses jual beli suatu produk. Lokasi

yang baik adalah lokasi yang memiliki akses jalan yang mudah dijangkau. Selain itu juga memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Faktor pendukung lainnya adalah lokasi harus memberikan kesan rasa aman dan nyaman bagi konsumen untuk bertransaksi. Beberapa faktor tersebut sangat berpengaruh pada tingkat kepercayaan konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak suatu produk. Berikut pemaparan oleh customer service Bank Syariah Indonesia KCP Parepare:

“untuk lokasinya itu kita ambil di jalan yang tidak jauh dari jangkauan masyarakat biasanya di tempat dimana masyarakat beraktivitas nah distu lokasi paling bagus mi kayak sekolah,kampus,alfa,atau kantor-kantor”<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di simpulkan bahwa lokasi Bank Syariah Indonesia KCP Parepare sangat strategis karena lokasinya di jalan lalu lintas Kota Parepare, tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat seperti para pedagang, sekolah-sekolah, Alfamart, dan kantor pos.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat di simpulkan bahwa strategi yang dilakukan Bank BSI KCP Parepare dalam meningkatkan nasabah tabungan melalui beberapa Strategi berhasil menarik minat nasabah tabungan, bahwa ada empat strategi *marketing* produk *funding* yang diterapkan pada Bank Syariah KCP Parepare, yaitu harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*), lokasi (*location*).

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan informasi Customer Service 28 February 2023 pukul 10.00

Dalam strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), serta acuan pemasaran yang dijalankan (marketing mix) untuk sasaran pasar tersebut.<sup>65</sup>

#### **B. Kendala Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah Tabungan Easy Wadi'ah Di Kota Parepare**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan selaku staff customer banking relationship manager Bank Syariah Indonesia KCP Parepare menjelaskan hambatan dan solusi yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan pada masyarakat.

Adapun kendala yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran pada produk tabungan easy wadi'ah, ada dua kendala yaitu kendala secara internal dan kendala secara eksternal. Kendala internal merupakan kendala yang berasal dari dalam perusahaan. Sedangkan kendala eksternal yang berasal

---

<sup>65</sup> Ramadhan Nuzul, strategi pemasaran produk tabungan easy wadi'ah PT Bank Syariah TBK KCP Medan pulo brayan, jurnal ilmu computer, ekonomi dan manajemen, Vol.2 No.1 2022, hal.03

dari luar perusahaan yang mungkin bisa menghambat proses strategi pemasaran.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan bagian *Marketing* Tabungan di Bank syariah Indonesia KCP Parepare Menyatakan

”bahwa kendala yang sering kami hadapi di Bank Syariah Indonesia KCP Parepare adalah masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang Perbankan Syariah apalagi masyarakat yang telah berumur karena sebagian dari masyarakat kecil sudah terbiasa dengan Bank Konvensional”.<sup>66</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti simpulkan bahwa BSI KCP Parepare memiliki kendala dalam meningkatkan nasabah yaitu masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang Perbankan Syariah apalagi masyarakat yang telah berumur karena sebagian dari masyarakat kecil sudah terbiasa menggunakan Bank Konvensional sehingga minat masyarakat menabung pada Bank BSI tidak terlalu banyak karena kurangnya pemahaman terhadap Perbankan Syariah.

Kendala yang dihadapi yaitu persaingan produk, merupakan hal yang tidak bisa dihindari pada dunia perbankan, ada beberapa Bank Syariah yang beroperasi di Kota Parepare, karena termasuk kawasan peluang bisnis dibidang perbankan memiliki berbagai keunggulan untuk menarik minat masyarakat. Kendala lain dalam memasarkan produk tabungan BSI pada BSI (KCP) Parepare adalah Kurangnya promosi BSI (KCP) Parepare terhadap produk

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

tabungan BSI menyebabkan masyarakat tidak mendapatkan informasi mengenai keunggulan dari produk tabungan BSI tersebut. Informasi yang tidak didapatkan oleh masyarakat menjadikan produk tabungan BSI kurang diminati, sehingga menyebabkan jumlah nasabah yang membuka tabungan BSI tidak konsisten naik setiap tahunnya.

Adanya masyarakat yang kurang mengenal Bank Syariah Indonesia. Sebagai bank baru keberadaan Bank Syariah Indonesia dalam industri keuangan, menyebabkan pemahaman masyarakat masih terdapat kejanggalan khususnya masyarakat sekitar lingkungan. Sehingga dengan minimnya pengetahuan masyarakat akan BSI menyebabkan masyarakat kurang tertarik untuk menabung atau menitipkan dananya di bank syariah.

Kendala yang lain juga di jelaskan oleh customer service bahwa:

“sekarang juga persaingan antara bank konvensional juga semakin ketat, hal itu yang bisa menjadi kendala juga orang menabung disini”<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di simpulkan bahwa maraknya persaingan antara bank konvensional yang membuka layanan syariah. Dengan adanya tingkat persaingan dengan lembaga keuangan lain melalui produk, pelayanan, kualitas jasa, dan adanya perilaku nasabah yang masih ragu-ragu serta menganggap BSI sama saja dengan bank konvensional. Hal ini menjadi sebuah

---

<sup>67</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

ancaman besar bagi BSI dalam bersaing dalam dunia perbankan syariah.<sup>68</sup>

Solusi untuk mengatasi kendala yang muncul BSI KCP Parepare harus lebih giat lagi untuk mempromosikan produk-produknya, khususnya produk tabungan easy wadiah agar lebih banyak di kenal oleh masyarakat. Dengan memanfaatkan media sosial seperti: instagram dan facebook, sebagai sarana untuk mempromosikan produk-produk bank syariah agar dapat menjangkau kaum milenial dan masyarakat luas.

Terkait dengan kendala-kendala diatas maka pihak bank memberikan solusi atas kendala pemasaran produk tersebut yaitu:

1. Marketing harus terus meng-*update* brosur tabungan BSM sehingga nasabah dapat mengetahui keunggulan produk tabungan BSM tersebut.
2. *Marketing* dapat mendatangi nasabah dan memberikan informasi secara langsung, tidak hanya menunggu nasabah datang ke bank

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan informasi Staf ParePare 28 February 2023 pukul 10.00

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang Upaya Bank Syariah (BSI) KCP Parepare Dalam Meningkatkan Nasabah di Kota Parepare, Maka penulis dapat menyimpulkan

1. Strategi yang dilakukan Bank BSI KCP Parepare dalam meningkatkan nasabah tabungan melalui beberapa Strategi berhasil menarik minat nasabah tabungan, bahwa ada empat strategi *marketing* produk *funding* yang diterapkan pada Bank Syariah KCP Parepare, yaitu harga (*price*), produk (*product*), promosi (*promotion*), lokasi (*location*). Strategi Promosi yang digunakan BSI KCP Parepare adalah melalui *personal selling*, yaitu mempromosikan produk secara *door to door* dengan cara menjelaskan langsung kepada nasabah mengenai produk BSI, khususnya produk tabungan, strategi lainnya yaitu berupa periklanan melalui berbagai jenis media, seperti papan reklame, spanduk dan penyebaran brosur. Adapun strategi lokasi, pertimbangan yang dilakukan dalam menentukan lokasi kantor BSI , yaitu lokasi yang dekat dengan perumahan penduduk dan dekat dengan jalan lintas Kota Parepare, karena kantor BSI dianggap cukup strategis untuk menjalankan kegiatan operasionalnya, khususnya dalam strategi memasarkan produk tabungan kepada masyarakat.

2. Kendala yang dihadapi dalam meningkatkan nasabah dari hasil penelitian peneliti maka kendala nya yaitu masih kurang nya pemahaman masyarakat tentang Perbankan Syariah apalagi masyarakat yang telah berumur karena sebagian dari masyarakat kecil sudah terbiasa menggunakan Bank Konvensional sehingga minat masyarakat menabung pada Bank BSI tidak terlalu banyak karena kurang nyapemahaman terhadap Perbankan Syariah.

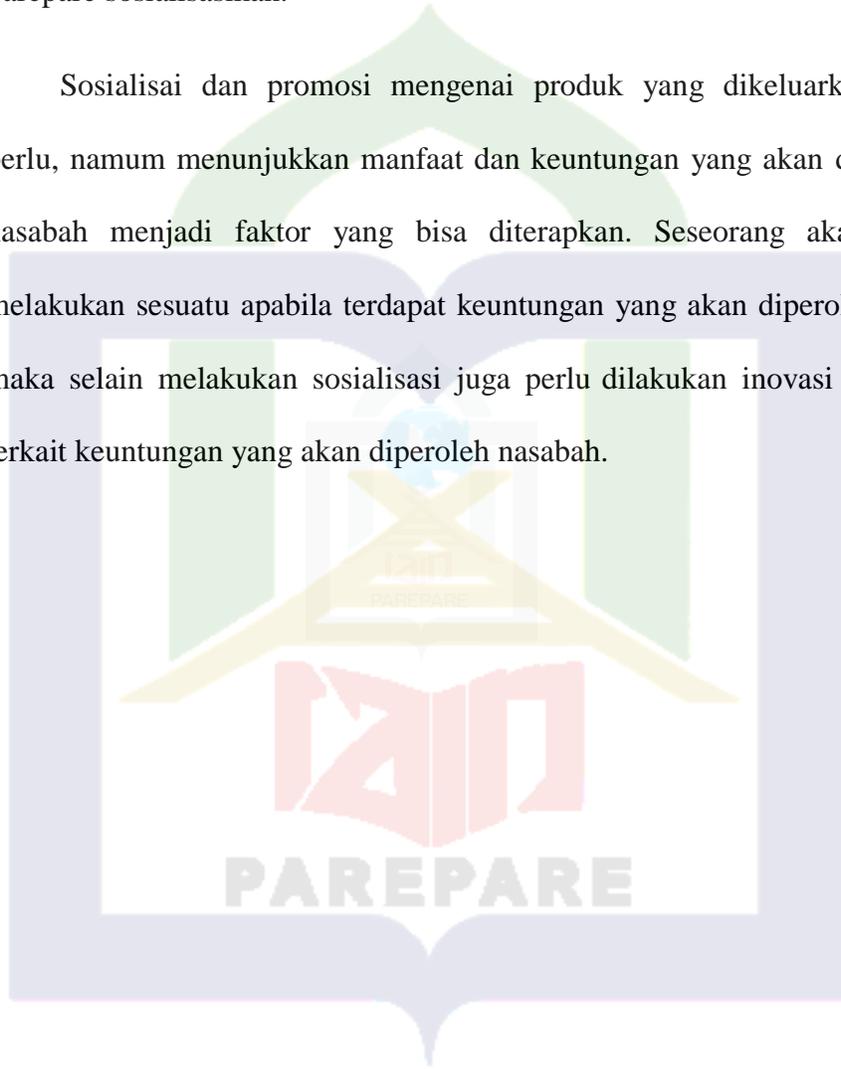
## **B. Saran**

1. Saran untuk peneliti selanjutnya, strategi pemasaran sangatlah luas, *Marketing mix* misalnya, dalam perkembangan zaman pasti akan muncul teori-teori baru tentang *marketing mix*, peneliti dalam penelitian ini menggunakan *marketing mix* 4p, untuk peneliti selanjutnya mungkin bisa menggukan kan marketing mix 7p. selamat melengkapi yang kurang pada penelitian ini. Dan untuk peneliti selanjut nya juga disarankan untuk menggunakan *variable* orang (*people*) karena akan lebih efektivitas dan mengetahui siapa yang akan menjadi konsumen atau nasabah nya
2. Bank Syariah Indonesia

Agar dapat terus meningkatkan kinerja perusahaan khususnya dalam hal pemasaran produk-produk yang ada, karena kegiatan Pemasaran merupakan kegiatan yang cukup vital bagi perusahaan, khususnya bagi perbankan. Bank Syariah Indonesia KCP Parepare harus membuat lebih banyak lagi jaringannya.

Dengan cara mensosialisasikan atau memperkenalkan lagi produk dan program BSI KCP Parepare, juga tidak lupa memberikan edukasi tentang perbankan syariah kepada masyarakat di daerah yang belum Bank BSI KCP Parepare sosialisasikan.

Sosialisai dan promosi mengenai produk yang dikeluarkan memang perlu, namun menunjukkan manfaat dan keuntungan yang akan diterima oleh nasabah menjadi faktor yang bisa diterapkan. Seseorang akan cenderung melakukan sesuatu apabila terdapat keuntungan yang akan diperoleh nantinya, maka selain melakukan sosialisasi juga perlu dilakukan inovasi yang kreatif terkait keuntungan yang akan diperoleh nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al-Qur'an Al-Karim*

Abdul Ghofur Anshori, 2014, *Hukum Perbankan Syariah UU No 21 Tahun 2008*, Bandung: PT Aditama

Abdul Halim, *Observasi awal Sales Accounting Bank Syariah Indonesia*, 25 Mei 2023

Abdul Hakim, 2014, *Dinamika Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, (Semarang: EF Press Digimedia)

Achmad Saeful, 2021, "Riba dan Bunga Bank Perspektif Islam," *Maddani Syariah* 4, no. 1

Ade Onny Siagian, 2021, *Lembaga-Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Sumatera Barat

Al- Arif, M. N. 2014, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta

Andri Soemitra, M.A, 2017, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Preda Media Group, Maret

Arofatus Syifa'iyah, "Pelaksanaan Pengawasan Kinerja Sumber Daya Manusia Devisi Front Desk Agent PT Sofyan Inn Grand Kalimas Hotel Syariah Surabaya" Skripsi Sarjana; Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, (2017)

Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif," (Jurnal:Teknologi Pendidikan vol 10, no. 1, 2010),.

Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017),.

Hermansyah, 2018, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*. Cetakan ke 4. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

- Ikit, 2018, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Gava Media
- Irham Fahmi, 2015, *Manajemen Perbankan Konvensional & Syariah*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Ismail, 2016, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Pranada Media Group  
 Ismail, 2014, *Manajemen Perbankan*. (akarta: Prenada Media Group  
 Kamsir, 2013, *Bank dan Lembaga Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir, 2014, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (akarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pearson Education.
- Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2018.
- Makhalul Ilmi, 2018, *Teori dan Praktek Mikro Keuangan Syariah*, Yogyakarta: UII Press.
- Moleong Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011).
- Mona Rizki Meldiana dan Dedi Rianto Rahardi, 2020, *PERAN COSTUMER SERVICE DALAM MENDUKUNG KOMPETISI PEGAWAI PADA PERUSAHAAN*, Vol. 2, No. 3
- Muhaeni, S. N., Apsari, P. I., Yusron, M., & Setiyowati, A. (2022). Analisis penerapan strategi pemasaran produk tabungan easy wadiah. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(1), 29-42.
- Muhammad Amin Suma, 2015, *Tafsir Ayat Ekonomi*, Jakarta: Amzah Muhammad,  
 2014, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia
- Mustika, Mega. *Kajian Hukum Terhadap Pengelolaan Dana Menggunakan Akad*

*Wadiah Pada Koperasi Simpan Pinjam Di BMT. PILAR 12*, no. 1 (2021): 13–22.

Nyoman Trisna Aryanata, “Representasi Sosial Tentang Metroseksual” Skripsi Sarjana; Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, (2010).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk, *Laporan Pelaksanaan GCG 2020 PT Bank Syariah Indonesia Tbk, Laporan Pelaksanaan GCG 2020*

Ramadhan, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi’ah Pt Bank Syariah Tbk Kcp Medan Pulo Brayan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1033-1041.

Rizky Eka Lestari, 2020. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabur Junior di Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung” .Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Lampung.

*Sejarah Dan Perkembangan Regulasi Mengenai Perbankan Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia* | Shandy Utama | Jurnal Wawasan Yuridika,” Accessed Mei 10, 2023

Sofjan Assauri, 2017, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014).

Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002),.

Sutinah Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial*, ke-3 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 55.

Usi Usmara, 2016, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Book.

Wawancara dengan informasi Staf ParePare

Wiroso, 2013, *PRODUK PERBANKAN SYARIAH*, Jakarta: LPFE Usakti

Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).





**LAMPIRAN LAMPIRAN**

**PAREPARE**

## LAMPIRAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

	<p>KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p>Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307</p> <hr/> <p>VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>
---	--

NAMA MAHASISWA : AMRIANI

NIM : 17.2300.093

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PRODI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

JUDUL: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *EASY WADI'AH* PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG PAREPARE

**PEDOMAN WAWANCARA**

**A. Wawancara dengan Pimpinan (Manajer)/Pegawai bank**

**B. Nama narasumber :**

**Jabatan :**

1. Apa saja Strategi BSI Curup dalam meningkatkan nasabah tabungan *easy wadi'ah* ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi Bank BSI KCP Curup

dalam meningkatkan nasabah tabungan easy wadi'ah?

3. Apa saja syarat-syarat yang harus dipenuhi nasabah untuk menggunakan tabungan easy wadi'ah?
4. Apakah customer service mempunyai Standar Operasional Prosedur (SOP) tersendiri tentang pelayanan?
5. Bagaimana prosedur customer service dalam menangani keluhan nasabah?
6. Apakah pelayanan customer service sudah efektif dalam menangani keluhan nasabah dan apa alasannya?
7. Apa saja keluhan yang sering diterima atau ditangani oleh customer service?

Setelah mencermati instrument dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul diatas, maka instrument tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, Juni 2023

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Hj. Marhani, Lc.,M.Ag.

NIP. 196111231 199803 2 012

Dr. Zainal Said, M.H.

NIP. 1971118 200501 1 002

LAMPIRAN FOTO





## LAMPIRAN PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
 PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.107/n.39.8/PP.00.9/01/2021 12 Januari 2020  
 Lampiran : -  
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

Yth: **1. Dr. Hj. Marhani, Lc., M.Ag.** (Pembimbing Utama)  
**2. Dr. Zainal Said, M.H.** (Pembimbing Pendamping)

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i) :

Nama : Amriani  
 NIM. : 17.2300.093  
 Prodi. : Perbankan Syariah

Tanggal **23 Oktober 2020** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Tapenas Hasanah pada Bank BNI Syariah**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*



Dekan,

Muhammad Kamal Zubair

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

## LAMPIRAN REKOMENDASI PENELITIAN

		SRN IP000464
<b>PEMERINTAH KOTA PAREPARE</b> <b>DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU</b> <i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>		
<b>REKOMENDASI PENELITIAN</b> <b>Nomor : 465/IP/DPM-PTSP/7/2022</b>		
Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian. 3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.		
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :		
<b>MENGIZINKAN</b>		
KEPADA		
NAMA	: <b>AMRIANI</b>	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: <b>INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)</b>	
Jurusan	: <b>PERBANKAN SYARIAH</b>	
ALAMAT	: <b>DESA PAMMASE, KABUPATEN PINRANG</b>	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN	: <b>ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EASY WADIAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG PAREPARE</b>	
LOKASI PENELITIAN	: <b>BANK SYARIAH INDONESIA KC PAREPARE</b>	
LAMA PENELITIAN	: <b>08 Juli 2022 s.d 08 Oktober 2022</b>	
a.	Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung	
b.	Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
Dikeluarkan di: <b>Parepare</b> Pada Tanggal : <b>11 Juli 2022</b>		
<b>KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE</b>		
 <b>Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM</b>		
Pangkat : <b>Pembina (IV/a)</b> NIP : <b>19741013 200604 2 019</b>		
<b>Biaya : Rp. 0.00</b>		

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSI/E
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



## LAMPIRAN PERMOHONAN IZIN PELAKSANA PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [mail@iainpare.ac.id](mailto:mail@iainpare.ac.id)

Nomor : B.2209/In.39.8/PP.00.9/06/2022  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Di  
KOTA PAREPARE

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : AMRIANI  
Tempat/ Tgl. Lahir : MANGKULANDE, 19 MEI 1999  
NIM : 17.2300.093  
Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH  
Semester : X (SEPULUH)  
Alamat : DESA PAMMASE, KEL. PAMMASE, KEC. TIROANG,  
KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EASY WADIAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG PAREPARE**

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juni sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*

10 Juni 2022  
Dekan,

  
Muhammad Ali

**LAMPIRAN SURAT KETERANGAN WAWANCARA**

**Surat Keterangan Wawancara**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : *Taufiq. Verdona*

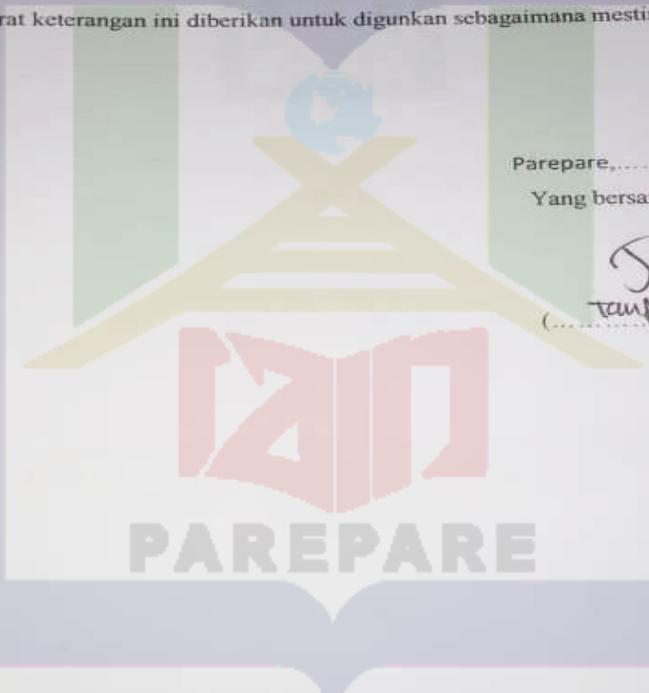
JABATAN : *CS*

USIA : *25*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara **AMRIANI** yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **"Analisis Strategi pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Parepare"**.

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya:

Parepare,.....  
Yang bersangkutan,  
*Taufiq P*  
(.....)



## LAMPIRAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN

**BSI** BANK SYARIAH INDONESIA

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
Cabang Pembantu Parepare  
Jl. Bau Massepe No. 419 D  
Parepare 91111, Indonesia  
Telp. (0421) 26699, 26999  
Fax. (0421) 26566  
www.bankbsi.co.id

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
No. : 2/ 162 - 03/8072

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Amiruddin
Jabatan	: Branch Operations & Service Manager
NIP	: 2189008368

Menerangkan bahwa :

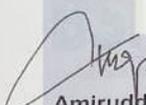
Nama	: Amriani
NIM	: 17.2300.093
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi	: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

adalah benar telah melaksanakan penelitian perihal ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN EASY WADIAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) CABANG PAREPARE.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

ParePare, 19 Agustus 2022

**PT. Bank Syariah Indonesia**  
**Branch Office Parepare**

  
KCP Pare Pare  
**Amiruddin**  
Branch Operations & Service Manager

### BIODATA PENULISA



Amriani, lahir di Luwu timur pada tanggal 19 Mei 1999. Penulis merupakan Anak pertama dari pasangan Kamri dan Sakka. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 154 mangkulande Luwu timur pada tahun 2006-2011, kemudian lanjut sekolah menengah pertama di SMP Negeri 4 Tiroang pada tahun 2011-2014, kemudian melanjutkan

pendidikan di SMA Negeri 6 Pinrang pada tahun 2014 dan tamat pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai mahasiswi di institut Agama Islam Negeri Parepare, dengan mengambil program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Parepare".