

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit khusus syariah, termasuk organisasi usaha, serta teknik dan siklus dalam menjalankan usahanya (Peraturan No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah OJK 2008). Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan standar syariah. Standar syariah adalah standar peraturan Islam dalam kegiatan keuangan berdasarkan fatwa yang diberikan oleh lembaga yang mempunyai kedudukan untuk memutuskan fatwa di bidang syariah. Industri perbankan syariah secara umum memiliki kualitas yang dibawa sejak lahir dalam bisnis keuangan, khususnya industri yang terarah dengan penuh semangat dan industri yang bertumpu pada kepercayaan.¹

Dalam praktik keuangan di Indonesia, saat ini terdapat beberapa jenis perbankan sebagaimana diatur dalam Peraturan Keuangan. Jika kita menilik jenis-jenis perbankan sebelum terbitnya Peraturan Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 dan jika dicermati khususnya Peraturan Nomor 14 Tahun 1967, maka ada beberapa perbedaannya. Meskipun demikian, pelaksanaan prinsip atau fundamental bank sebagai lembaga moneter yang mengumpulkan aset dari masyarakat pada umumnya dan mengedarkan cadangan tidaklah sama satu sama lain. Perbedaan dalam jenis

¹ Ricki Febriansyah, Muhamma Iqbal Fasa, dan Suharto, "Analisis SWOT Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia," *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume 4 No 1 (2022): 65.

perbankan harus terlihat dalam hal pekerjaan, lebih jauh lagi, kepemilikan. Dari segi kemampuan, pembedanya terletak pada keluasan latihan atau jumlah soal yang dapat disajikan serta cakupan wilayah fungsionalnya. Sementara itu, kepemilikan organisasi ditemukan terkait dengan kepemilikan saham. Satu lagi perbedaan yang ditemukan adalah sejauh mana klien yang mereka layani adalah wilayah lokal yang lebih luas atau wilayah lokal dalam suatu wilayah tertentu (sub-wilayah). Jenis-jenis perbankan juga dibedakan menjadi bagaimana menentukan harga jual dan biaya pembelian atau bagaimana menghasilkan keuntungan.²

Ketika bank menawarkan produk dan layanannya kepada masyarakat umum, bank harus fokus pada sistem promosi untuk memperoleh manfaat. Periklanan bisnis, khususnya manfaat yang tinggi.³ Tidak ada perbedaan pengertian promosi bagi masing-masing organisasi. Persoalannya, penggunaan promosi untuk setiap jenis organisasi mempunyai ciri khasnya masing-masing. Misalnya, promosi yang dilakukan untuk perusahaan yang memproduksi produk sebagai barang dagangan tentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk administrasi seperti perusahaan keuangan. Bank sebagai organisasi yang bergerak di bidang moneter, barang yang diperdagangkannya adalah administrasi moneter. Selanjutnya, perlakuan dunia keuangan agak unik jika dibandingkan dengan organisasi yang berbeda.⁴

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang.

² Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2014), 19.

³ NurulHuda, dkk, *Pemasaran Syariah Edisi Pertama* (Depok: Kencana, 2017), 122.

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta:Kencana, 2004), 54.

Untuk beberapa waktu, hal ini umumnya berlaku pada pembeli, terutama untuk barang-barang yang baru saja diangkut. Sementara itu, dalam jangka panjang, hal ini dilakukan untuk menyesuaikan produk yang sudah ada agar tetap ada.⁵

Salah satu teknik yang dapat dijalankan adalah sistem showcase. Sistem adalah contoh pilihan dalam suatu organisasi yang memutuskan dan mengkomunikasikan tujuan, poin atau target yang menghasilkan strategi dan rencana utama untuk mencapai tujuan dan memperjelas ruang lingkup bisnis yang akan dicapai oleh organisasi.⁶

Prosedur promosi merupakan bagian penting dari teknik bisnis yang memberikan pedoman kepada seluruh elemen administrasi suatu asosiasi bisnis. Dengan prosedur showcase, pelaksanaan program diperlukan agar tujuan suatu asosiasi dapat tercapai dengan sengaja, efektif dan normal. Kebanyakan orang tidak mengerti apa itu promosi, mereka hanya menganggapnya sebagai tempat berjualan. Sejujurnya, pameran mempunyai arti yang sangat luas karena promosi adalah siklus yang efisien dan jelas untuk merenungkan dan mengatur pasar.

Berikut ini sekilas akan memahami setiap komponen bauran pemasaran di bank syariah mengenai produk, nilai, tempat dan promosi.⁷

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 193.

⁶ BuchariAlma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta CV, 2011), 199.

⁷ Patah Abdul Syukur dan Fahmi Syahbudin, Konsep Marketing Mix Syariah, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, (April, 2017), 76.

Barang adalah segala sesuatu, baik fisik maupun non fisik, yang dapat diusulkan kepada pelanggan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.⁸ Biaya adalah berapa banyak uang tunai yang dibayarkan untuk memperoleh tenaga kerja dan produk, berapa nilai yang pembeli perdagangkan untuk menukarnya demi keuntungan mendapatkan tenaga kerja dan produk. Area atau tempat sering kali menentukan keberhasilan suatu organisasi, karena area sangat terkait dengan pasar yang diharapkan suatu organisasi. Menurut Tjiptono dalam Mas'ari dkk, Kemajuan adalah salah satu bentuk surat menyurat promosi yaitu suatu tindakan pameran yang berupaya menyebarkan data, mempengaruhi atau meyakinkan serta memperluas sasaran pasar atas barang-barangnya sehingga mereka mau mengakui, membeli dan setia pada produknya. item yang disajikan oleh organisasi yang bersangkutan.⁹

Untuk meningkatkan dan menggunakan potensi moneter lokal untuk meningkatkan Gaji Teritorial Khusus (Bantalan), pemerintah Rezim Sumenep sebenarnya membutuhkan tugas lembaga keuangan yang seharusnya memenuhi tujuan ini. Jadi PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

Oleh karena itu, Pemerintah Sistem Sumenep membentuk Bank Perkreditan Grup yang berdomisili di Sidoarjo, khususnya PT. BPR Dana Merapi yang kemudian dipindahkan ke Sistem Sumenep. Dalam kemajuannya PT. BPR Bhakti Sumekar dengan akta nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Pemegang Buku Terbuka

⁸ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 81.

⁹ Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Handy, Mila Dinda Safira, *Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau, Jurnal Teknik Industri*, Vol. 5, No. 2, (2019), 82.

Karuniawan Surjanto, SH pejabat sah di Sidoarjo dan Sanksi dari Bank Indonesia no.04/8KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 November 2003 dan mendapat pengesahandari Dinas Uang Republik Indonesia dan Kebebasan Bersama Republik Indonesia, TIDAK. C-19351 NT.01.04 Tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Pengesahan Akta Revisi Anggaran Dasar Restricted Risk Association. Perubahan struktur konvensional menjadi sistem syariah dan perubahan nama PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar.¹⁰

Alasan peninjauan Yayasan BPRS Bhakti Sumekar Pusat Administrasi Sumenep sebagai objek pemeriksaan adalah dengan alasan bahwa BPRS ini merupakan salah satu bank yang menyelenggarakan kegiatan berbasis syariah, selain itu wilayah BPRS Bhakti Sumekar berdekatan dengan lembaga moneter lainnya. Perusahaan-perusahaan, baik bank maupun non-bank, tetap dapat mempertahankan nasabahnya. BPRS Bhakti Sumekar dapat memberikan dukungan kualitas terbaik dan barang yang lebih baik dibandingkan pesaing.

Di BPRS Bhakti Sumekar terdapat beberapa produk tabungan, yaitu:

1. Dana Investasi Barokah akan merupakan cadangan yang disimpan sebagai dana investasi rupiah dengan pengertian “wadi'ahyaddhamanah”, khusus sebagai penyimpanmurni yang akan membantu dalam pengurusan harta kekayaan anda agar lebih barokah.

¹⁰ bhaktisumekar.co.id

2. Dana Cadangan Qurban adalah dana cadangan yang disusun yang disiapkan untuk membentengi harapan Anda agar lebih mantap dalam bertaqwa di hari raya Idul Adha.
3. TAHARA adalah Dana Investasi Hari Raya yang merupakan dana investasi yang bertujuan untuk menyiapkan aset yang diperlukan untuk Hari Raya Idul Fitri lebih awal.
4. Dana cadangan umroh adalah dana investasi yang siap untuk menyisihkan cadangan umrah Anda dan menguatkan harapan Anda untuk semakin gigih dalam mencapai tujuan cinta Anda.
5. Dana Investasi Haji adalah dana investasi yang siap menyisihkan cadangan haji Anda dan membentengi tujuan Anda agar lebih istiqomah dalam mencapai tujuan cinta Anda.
6. Dana Cadangan Gaul iB adalah dana cadangan terkomputerisasi yang dapat digunakan untuk menyimpan aset atau sebagai sarana spekulasi selama berabad-abad milenial.¹¹

Dari beberapa tabungan yang telah dipaparkan di atas, salah satu yang menarik di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep yaitu produk Tabungan Barokah. Alasan meneliti produk Dana Investasi Barokah merupakan salah satu barang yang diklaim oleh BPRS Bhakti Sumekar Pusat Administrasi Sumenep untuk membantu masyarakat setempat pada umumnya khususnya umat Islam dalam membantu pengelolaan aset-aset negara agar lebih terhormat. Tabungan Barokah

¹¹ bhaktisumekar.co.id

memposisikan dirinya dalam kepribadian nasabah sebagai rekening bank gratis, dengan simpanan pokok sebesar Rp. 10.000 dan bebas biaya organisasi serta aman karena dijamin oleh kantor perlindungan toko. Selain membuka rekening dasar yang sederhana dan bebas biaya organisasi, Dana Cadangan Barokah juga memiliki kantor lain.

Dana Cadangan Barokah adalah dana investasi subsidi masyarakat sebagai dana investasi rupiah dengan pemahaman wadi'ah yad dhamanah, khususnya sebagai dana investasi murni yang akan membantu pengecekan sumber daya daerah agar lebih terhormat. Cadangan usaha barokah adalah penataan aset spekulasi untuk wilayah setempat yang lebih luas sebagai pendirian masa depan dengan makna wadi'ah yad dhamanah (dana investasi murni). Kelebihan cadangan simpanan barokah adalah tidak terkena riba, karena bersifat wadi'ah yad dhamanah dan besarnya penarikan simpanan tidak dibatasi dan merupakan hal yang lumrah oleh masyarakat setempat dan dunia usaha. Cadangan simpanan barokah juga merupakan salah satu cara untuk menyimpan sumber daya manusia untuk masa depan dengan pemahaman wadi'ah yad dhamanah atau sebagai dana investasi murni pada Pusat Organisasi BPRS Bhakti SumekarSumenep. Pembukaan rekening Bank Barokah sangatlah mudah dan praktis, biaya pembukaan rekening Bank Barokah hanya Rp. 10.000 dan dana cadangan ini dibebaskan dari pengeluaran organisasi.¹²

¹² bhaktisumekar.co.id

Jumlah nasabah pos dana cadangan barokah pada BPRS Bhakti Sumekar Pusat Administrasi Sumenep selama beberapa tahun terakhir, khususnya:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Tabungan Barokah

BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

| Tahun | Jumlah Nasabah |
|--------------|-----------------------|
| 2019 | 1.356 |
| 2020 | 1.587 |
| 2021 | 1.848 |

Sumber: Laporan Tahunan Nasabah Tabungan Barokah

BPRS Bhakti Sumekar

Dari informasi tersebut dapat dilihat bahwa jumlah klien selama 3 tahun terakhir secara konsisten tetap dan terus bertambah sehingga tentunya angka khusus yang sesuai dengan akhlak Islam adalah sebuah karya promosi untuk menerangi dan memberi dampak kepada orang lain. sehingga mereka tertarik untuk melakukan pertukaran atau perdagangan. tenaga kerja dan produk yang diiklankan. Dalam sistem periklanan ini, promosi mempunyai tugas untuk memberikan pencerahan kepada klien tentang aksesibilitas mengenai barang yang ideal, tempat yang tepat juga biaya yang tepat, yang terbukti sesuai etika Islam. Apa yang maju belum sepenuhnya ditetapkan dan diubah oleh kebutuhan dan sudut pandang klien atau calon klien. Faktor yang mempengaruhi keuntungan nasabah dalam memanfaatkan tabungan Barokah adalah karena beberapa variabel, yaitu faktor kebutuhan dan penilaian.

Berdasarkan penjelasan di atas penulis tertarik untuk meneliti tentang **"Strategi Pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah"**.

B. Fokus Penelitian

Berkaitan dengan penerapan strategi pemasaran pada produk tabungan barokah yang berlangsung di sebuah perusahaan BPRS Bhakti Sumekar, maka diperlukan penelitian tentang "Strategi Pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah". Yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem promosi di BPRS Bhakti Sumekar Sumenep untuk menarik minat nasabah pada item dana cadangan barokah?
2. Bagaimana penyajian dana investasi barokah di Kantor BPRS Bhakti Sumekar Pusat Sumenep?

C. Tujuan Penelitian

Mengingat pusat eksplorasi yang dimaksud di atas, maka tujuan utama yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tata cara showcase di Balai Besar Administrasi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep dalam menarik minat nasabah terhadap pos dana cadangan barokah.

2. Untuk mengetahui pameran item dana cadangan barokah di Pusat Administrasi BPRS Bhakti Sumekar Sumenep.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian berusaha untuk lebih bermakna sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat berguna bagi semua pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian ini. Adapun kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian tentang Strategi Pemasaran BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep Dalam Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Barokah. Diharapkan menjadi sumber keilmuan dan menambah wawasan yang dikembangkan di bidang pemasaran.

a. Bagi Akademik IAIN Madura

Dengan adanya eksplorasi ini diyakini dapat memberikan keuntungan dan aturan sebagai semacam cara pandang peneliti selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengalaman dalam perbankan syariah dan menambah pengetahuan tentang Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Barokah.

c. Bagi Masyarakat

Sebagai sarana dalam memberikan informasi mengenai produk-produk yang ada di BPRS Bhakti Sumekar.

2. Manfaat Secara Praktis

a. Bagi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep

Memberikan tambahan koleksi faktual terkait penelitian produk tabungan, terutama Tabungan Barokah dan mempertahankan eksistensi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Pusat Sumenep dalam produk tabungan yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar.

E. Definisi Istilah

Sebagai Pembatasan judul eksplorasi ini agar tidak terjadi miskonsepsi di kalangan pembaca, maka penting untuk memahami istilah-istilah yang berhubungan dengan judul ujian ini. yaitu:

1. Strategi merupakan salah satu alat Untuk mencapai tujuan resmi, mencapai tujuan, namun prosedur juga direncanakan untuk mengikuti perkembangan asosiasi dalam iklim tempat asosiasi bekerja aktifitasnya.¹³
2. Pameran adalah hubungan sosial dan peraturan, di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan tanpa henti, melalui pembuatan dan pertukaran produk dan nilai dengan orang lain.¹⁴
3. Minat klien merupakan suatu sensasi kecenderungan dan perasaan berasosiasi dengan suatu benda atau gerakan tanpa ada yang menyuruhnya. Minat beli merupakan suatu siklus dinamis yang dilakukan oleh pembeli. Ada beberapa

¹³ Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2005), 132.

¹⁴ Philip Kotler dan Gary Arinstong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Penerjemah Alexander Poro (Jakarta: PT. Indeks, 2004), 7.

fase dalam siklus dinamis pembelian yang sebagian besar dilakukan oleh seseorang, khususnya persepsi kebutuhan. juga, penanganan data pembeli.¹⁵

4. Dana Cadangan Barokah merupakan penyelenggaraan dana cadangan bagi seluruh masyarakat sebagai landasan masa depan dengan pengertian wadi'ah yad dhamanah (simpanan yang tidak tercemar).¹⁶

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Pemeriksaan masa lalu secara efektif memberikan gambaran antara eksplorasi yang dipimpin dan konsekuensi dari eksplorasi yang ada serta memberikan sistem tinjauan observasional dari struktur laporan hipotetis terhadap permasalahan sebagai alasan untuk bergerak menuju permasalahan yang dihadapi, serta digunakan sebagai bantuan dalam penanganan. masalah. Konsentrasi ujian yang lalu dalam eksplorasi ini diambil dari eksplorasi masa lalu yang dipimpin oleh orang lain. Studi eksplorasi masa lalu dari pemeriksaan ini adalah sebagai berikut:

1. *Investigasi Benchmarking Pos Dana Cadangan Barokah pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember*, Pemeriksaan ini dipimpin oleh Miftahul Gufron (2021). Dalam pemeriksaan ini digunakan penelitian lapangan subjektif dengan strategi pengumpulan informasi memanfaatkan persepsi, pertemuan dan dokumentasi. Pemeriksaan informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah pemeriksaan informasi memanfaatkan model Miles, Huberman dan

¹⁵ Komarudin, *Kamus Perbankan* (Jakarta: Grafindo, 2004), 94.

¹⁶ bhaktisumekar.co.id

Saldana yang menggabungkan pengumpulan data, pertunjukan data, dan pengarahan. Keaslian dicoba dengan memanfaatkan perpaduan sumber dan prosedur.

Hasil dari eksplorasi ini mengungkap bahwa 1) Dalam memperkenalkan produk simpanan kado di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember dengan mengarahkan benchmarking, cara untuk menghasilkan outcome dalam pameran item dana investasi barokah adalah dengan melakukan benchmarking meliputi item, iklan, highlight administrasi, penyegaran pada masalah inovasi dan data. 2) Teknik benchmarking pada pos-pos dana cadangan Barokah dalam kaitannya dengan bantuan termasuk harus disesuaikan dengan penyempurnaan dari berbagai organisasi atau yang biasa disebut dengan benchmarking yang tajam dengan metodologi penelitian internal dan kontribusi langsung di lapangan.¹⁷

2. *Implementasi Marketing Mix Pada Pos Dana Cadangan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan*, penjabaran ini diarahkan oleh Nilis Tiyana (2019). Pemeriksaan ini menggunakan metodologi subjektif, dengan penjabaran yang jelas. Informasi diperoleh melalui dua sumber, yaitu informasi penting yang spesifik dan informasi pilihan. Informasi penting diperoleh melalui pertemuan langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan, sedangkan informasi tambahan diperoleh dari berbagai sumber yang berkaitan dengan pemeriksaan, informasi tersebut diperoleh dari buku-buku dan sumber

¹⁷ Miftahul Gufron, "Analisis Benchmarking Produk Tabungan Barokah Pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember," (Skripsi, IAIN JEMBER, 2021), 13.

lain. Hasil pemeriksaan menunjukkan hal itu Marketing Mix. Strategi produk yaitu mempunyai ciri khas dan kualitas berbeda dengan bank lain, strategi harga dengan menetapkan setoran awal ringan, bebas biaya administrasi, strategi lokasi dengan memilih lokasi yang strategis dan sasaran pemasaran ke berbagai lokasi serta semua kalangan, strategi promosi yang dilakukan tim marketer BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan menerapkan sistem *open table* dan memiliki strategi khusus serta mempromosikan ke berbagai media. Dalam implementasi Marketing Mix pada produk Tabungan Barokah terdapat kendala dalam strategi promosi seperti keterbatasan waktu, penolakan, ketidakpercayaan calon nasabah atau masyarakat dan sulit membangun emosional. Dampak dari adanya implementasi Marketing Mix pada produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan mempunyai dampak positif yaitu BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan mudah dikenal masyarakat, nasabah semakin gemar menabung dan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan dapat bersaing dengan bank lain.¹⁸

3. *Sistem Promosi Barang Gadai dalam Menarik Minat Nasabah di Toko Barang Bekas Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung*, Ini Kajiannya dilakukan oleh Giska Saptu Mulia (2022). Eksplorasi ini merupakan semacam pemeriksaan subyektif yang bersifat ilustratif. Sumber informasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah informasi penting dan informasi

¹⁸ Nilis Tiyana, "Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Barokah Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan," (Skripsi, IAIN MADURA, 2019), 33.

tambahan. Prosedur pengumpulan informasi menggabungkan strategi persepsi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi. Ada tiga langkah menuju strategi pemeriksaan informasi, yaitu penurunan informasi, penyelidikan informasi, dan pemeriksaan atau penghentian. Kemudian untuk menguji keabsahan informasi tersebut menggunakan metode triangulasi yang terdiri dari triangulasi sumber informasi, triangulasi khusus, dan triangulasi waktu.

Mengingat akibat dari penjajakan yang diarahkan, maka cenderung teknik promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung dalam menarik keuntungan nasabah dalam memanfaatkan barang-barang Gadai Syariah adalah dengan menentukan rencana pemasaran (promoting blend) dengan empat tahap, yaitu menentukan kebutuhan dan keinginan pembeli, memilih sektor usaha yang objektif, menetapkan prosedur promosi dalam kontes, dan memilih metodologi promosi. Dalam memilih teknik showcase, Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung menerapkan prosedur showcase yaitu perpaduan showcase dengan 7P yang meliputi metodologi item (Item), sistem biaya (Cost), metodologi area (Spot), metodologi kemajuan (Advancement), metodologi individu (Individu), metodologi proses (Cycle), dan prosedur iklim aktual (Actual Proof).¹⁹

4. *Tata Cara Menarik Minat Nasabah Memanfaatkan Dana Cadangan Haji di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan*, Eksplorasi ini dipimpin oleh

¹⁹ Giska Sapta Mulia, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Dalam Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung," (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022), 13.

Ismar Munawir Syah (2019). Dalam pemeriksaan semacam ini bersifat eksplorasi subyektif, sumber informasi yang digunakan adalah data penting dan data tambahan. Prosedur pengumpulan data yang digunakan para ahli adalah wawancara dengan delegasi dan klien di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan, penegasan dan dokumentasi.

Hasil investigasi menunjukkan bahwa sistem periklanan menghasilkan pendapatan klien adalah dengan memanfaatkan dana cadangan haji pada PT. Dapat disimpulkan dari Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan menuturkan, sistem yang digunakan merupakan perpaduan tribun yang meliputi 7P yaitu Benda, Nilai, Uang Muka, Titik, Manusia, Siklus dan Konfirmasi Nyata. Namun yang paling sering digunakan adalah variabel Kemajuan. Melalui tahapan kemajuan terdapat 6 tahapan, khususnya tahap kemajuan nasabah yang diatur yang datang ke Bank Syariah Mandiri. Sosialisasi mengenai pos dana cadangan haji kepada sebuah yayasan dan sering mengikuti latihan organisasi. Memasang iklan dan membuat standar tentang dana cadangan haji. Menyerahkan selebaran dan selebaran langsung di sekitar bank dan menyebarkannya kepada nasabah yang berkunjung. Benar-benar fokus pada nasabah eksisting dan membawakan pernak-pernik untuk nasabah dana cadangan haji. Terus menawarkan item dana cadangan haji dengan memindahkan dana cadangan klien dari dana investasi standar ke dana investasi haji.²⁰

²⁰ Ismar Munawir Syah, "Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan," (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2019), 50.

5. *Teknik Iklan Barang Dana Cadangan Haji Mabruur dalam Menarik Minat Nasabah pada Administrasi Keuangan Syariah Bermanfaat (KJKS) Pilar Mandiri Gunung Anyar Surabaya*, sekian pendalamandiselesaikan oleh Hosniyatul Hasanah (2014). Penelitian lapangan ini menggunakan teknik ilustratif subjektif yang bertujuan untuk memahami atau menggambarkan apa yang terjadi atau keganjilan sebagaimana yang ada pada saat pemeriksaan dipimpin, khususnya memperkenalkan informasi mengenai Metodologi Pemajangan Dana Cadangan Haji Mabruur di Menarik Minat Nasabah Terhadap Kemanfaatan Administrasi Moneter Syariah (KJKS) Pilar Mandiri. Gunung Anyar, Surabaya. Metode pengumpulan informasi dalam pemeriksaan ini menggunakan strategi persepsi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu, penegasan keabsahan informasi juga dibantu melalui pengaturan informasi dan triangulasi. Triangulasi informasi yang digunakan oleh para ahli adalah triangulasi sumber (saksi), dengan cara mengecek kembali kepada saksi dan pengelola. Setelah informasi dikumpulkan kemudian diselidiki secara induktif. Pada pendalaman kali ini, latihan display yang menerapkan teknik “strike the market” atau biasa disebut dengan get the ball procedure” dan cara menentukan metodologi penjualan barang dana cadangan mabruur haji adalah dengan memanfaatkan perpaduan display barang dan administrasi yang meliputi 7 faktor: Item, Nilai, Spot, Kemajuan, Individu, Siklus dan Layanan Klien. Sementara itu, dalam menarik keuntungan klien, akhlak Islam diutamakan, khususnya mentalitas dan perilaku, penampilan, pakaian, pembicaraan dan gerak. Bersikap halus dan mudah menerima dalam melayani pengunjung atau

klien, membuat klien merasa dihargai, dan konsisten fokus, tidak apatis dalam menangani pengunjung atau klien, dalam situasi ini klien merasa mendapat perhatian yang serius.²¹

²¹ HosniyatulHasanah, "Strategi PemasaranProdukSimpanan Haji Mabruur Dalam Menarik Minat Nasabah di Koperasi Jasa KeuanganSyari'ah (KJKS) Pilar Mandiri Gunung Anyar Surabaya," (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), 70.

Tabel 1.2

Kajian Terdahulu

| No | Nama (Tahun) | Judul | Persamaan | Perbedaan |
|----|--------------------------|--|--|---|
| 1 | Miftahul Gufron (2021) | Analisis Benchmarking Produk Tabungan Barokah Pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Jember | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama membahas tentang produk tabungan barokah. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 3. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian. 2. Tahun penelitian. 3. Fokus penelitian. |
| 2 | Nilis Tiyana (2019) | Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Barokah Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama membahas tentang produk tabungan barokah. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 3. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian. 2. Tahun penelitian. 3. Fokus penelitian. |
| 3 | Giska Sapta Mulia (2022) | Strategi Pemasaran Produk Gadai Dalam Menarik Minat Nasabah | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama membahas tentang strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian. 2. Fokus |

| | | | | |
|---|---------------------------|--|--|--|
| | | Di Pegadaian Syariah Arif Rahman Hakim Bandar Lampung | <ol style="list-style-type: none"> 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 3. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. | <ol style="list-style-type: none"> penelitian. 3. Produk penelitian. |
| 4 | Ismar Munawir Syah (2019) | Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panyabungan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama membahas tentang strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 3. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian. 2. Fokus penelitian. 3. Produk penelitian. 4. Tahun penelitian. |
| 5 | Hosniyatul Hasanah (2014) | Strategi Pemasaran Produk Simpanan haji mabrur dalam Menarik Minat Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) Pilar Mandiri Gunung Anyar Surabaya | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini sama membahas tentang strategi pemasaran dalam menarik minat nasabah. 2. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. 3. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian. 2. Fokus penelitian. 3. Produk penelitian. 4. Tahun penelitian. |

