Taswiq Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah
Vol. 1 No. 1, Januari 2025
Hompage: https://jurnal.inkadha.ac.id/index.php/taswiq

Strategi Pemasaran Tabungan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di: PT. BPRS Bhkati Sumekar Cabang Gapura

Muhni[1], Siti Ra'odatul Hasana[2]
[1),2)]*Institut Kariman Wirayudha, Indonesia*
muhnianggasoeto@gmail.com

Abstract:

This study aims to describe (1) how the hajj savings marketing strategy increases the number of customers at PT. BPRS Bhakti Sumekar Gapura Branch?, (2) what are the obstacles related to the marketing strategy of Hajj savings in increasing the number of customers at PT. BPRS Bhakti Sumekar Gapura Branch?. To answer these problems, the researcher uses a qualitative approach with the type of field research (Field Research). The data collection technique uses observation, interviews, and documentation. Meanwhile, data analysis techniques use data reduction, data presentation, and data verification. The results of the analysis illustrate that: First, PT. BPRS Bhakti Sumekar Gapura Branch, in its marketing strategy, uses a marketing mix, one of which is a promotion to increase the number of customers in Hajj savings products. Second, this study illustrates that PT. BPRS Bhakti Sumekar Gapura Branch certainly has several obstacles to implementing marketing strategies to increase the number of customers in Hajj savings. One of them is the length of the waiting period for the hajj which also causes obstacles in the development of the number of customers in the hajj savings at PT. BPRS Bhakti Sumekar Gapura Branch.

Keywords: Marketing Strategy, Number of Customers, *Hajj Savings*

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) Bagaimana strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura?, (2) bagaimana kendala terkait strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura?. Untuk menjawab permasalahan tersebut peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (Field Research). Teknik pengumpulan data menggunakan Observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Hasil analisis menggambarkan bahwa: Pertama, PT.BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura dalam strategi pemasarannya menggunakan bauran pemasaran diantara salah satunya yaitu promosi dalam menambah jumlah nasabah pada produk tabungan haji. Kedua, penelitian ini menggambarkan bahwa PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura tentunya memilki beberapa kendala terkait dalam melaksanakan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan haji. Salah satunya lamanya masa tunggu haji yang juga mengakibatkan kendala dalam perkembangan jumlah nasabah pada tabungan haji yang ada di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Jumlah Nasabah, *Tabungan Haji*

PENDAHULUAN

Sistem lembaga keuangan di Indonesia dibagi menjadi dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan non bank.[1] Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang memberi jasa keuangan yang paling lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan atau kredit juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Kemudian usaha bank lainnya memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberikan pinjaman dengan kegiatan menghimpun dana.

Lembaga keuangan bank secara operasional dibina dan diawasi oleh Bank Indonesia sebagai Bank Sentral di Indonesia. Untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.[2]

Bank Syariah yang lebih dikhususkan pada Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPR Syariah) ini dibangun untuk memenuhi permintaan pasar dan masyarakat yang merasa kurang pas dengan sistem perbankan umum yang telah ada.[3] Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki fungsi sebagai pelaksana sebagian fungsi bank umum, dalam tingkat regional dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah. BPRS juga merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil dalam lingkup kecamatan maupun pedesaan, dengan jenis produk yang ditawarkan relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum. Selain itu juga ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh BPRS, seperti pembukaan rekening giro.[4]

Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah perubahan dari Bank

[1] Jamal Wiwoho, "Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat," *Masalah-Masalah Hukum* 43, no. 1 (2014): 87–97.
[2] Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet.4 (Jakarta: Kencana, 2010), 8.
[3] Temmy Wijaya, "Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan BPR Syariah," *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2019): 80–90.
[4] Fitri Fauziya dan W Wage, "Upaya BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara Dalam Meluruskan Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah," *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 17, no. 1 (2016): 40–53.

Perkreditan Rakyat Syariah. Perubahan ini untuk lebih menegaskan adanya perbedaan antara kredit dan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.[5]

BPRS Bhakti Sumekar cabang gapura merupakan lembaga keuangan tersebut kegiatannya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan akad- akad yang sudah ditentukan. Terdapat bermacam-macam jenis produk di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura, pertama produk penghimpunan dana (funding) yaitu produk pendanaan, (tabungan barokah, tabungan simple, tabungan qurban, tabungan haji, umrah, tabungan hari raya, tabungan gaul dan deposito mudharabah). Dan adapun produk pembiayaan (financing) yaitu (pembiayaan serba guna, pembiayaan kendaraan, pembiayaan modal kerja UMKM, pembiayaan talanagn umrah, pembiayaan rahn – emas, pembiayaan pensiun, pembiayaan al- qordhul hasan, pembiayaan kepemilikan rumah, pembiayaan pusyar IB, pembiayaan sadar bersih, pembiayaan kepemilkan emas, pembiayaan lingkage UMKM primer, pembiayaan ijarah (IMBT). Dan adapu juga produk layanan yaitu (jasa kirim uang, pembayaran gaji/insentif bagi PNS/karyawan swasta/guru, layanan multibiller, layanan ATM tampa kartu, BPRS BS notivikasi).Produk tabungan haji merupakan salah satu produk penghimpunan dana yang ditawarkan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura yang diperuntukkan bagi umat Islam yang berkeinginan memenuhi panggilan Allah SWT. Tabungan haji di BPRS menggunakan akad wadi'ah, dimana dalam kerjasama tersebut nasabah menitipkan tabungannya kepada pihak perusahaan tampa ada uang bagi hasil. Sedangkan penarikan dilakukan saat menunaikan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan.

Peminat produk tabungan haji di PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura terbilang lebih sedikit diminati dengan nasabah di bandingkan dengan produk-produk lainnya dan juga karna lamanya masa tunggu untuk ibadah haji. Maka perlu suatu perusahaan mempunyai strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah di dalam menggunakan produknya terutama produk tabungan haji. terdapat beberapa alasan mengapa perusahaan BPRS perlu menggunakan strategi dalam pemasarannya yang salah satunya yaitu pada produk tabungan haji. Diantaranya yaitu, persaingan antar bank, ketatnya persaingan dari lembaga keuangan lain. 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), dan acuan

[5] Selvi Vinda Astuti, "Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Produk Tabungan Haji dan Umrah Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1," 2023, 83.

pemasaran yang dijalankan (marketing mix) untuk sasaran pasar tersebut.[6] Adapun fokus permasalahan yaitu strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah dan kendala di PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura. Yang bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah dan kendala yang ada di PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura. Adapun manfaat untuk menambah wawasan tentang strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura.

Strategi adalah menciptakan suatu posisi yang unik dan bernilai, yang membedakan perusahaan satu dengan lainnya yang melibatkan berbagai aktivitas perusahaan. Jika hanya ada satu posisi ideal, maka tidak perlu ada strategi. Perusahaan perusahaan pun hanya akan berhadapan dengan satu tuntutan sederhana, yaitu menangkan perlombaan untuk menemukan strategi tersebut dan menguasainya. Setiap ide yang bagus akan segera ditiru maka kinerja akan sangat tergantung pada efektivitas. Maka strategi perusahaan akan menentukan keberhasilan dan hidup matinya perusahaan tersebut. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Jadi pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.[7]

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Adapun hal yang membedakan antara pemasaran bank dengan pemasaran produk lainnya. Perbedaan tersebut terletak pada karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi pemasaran yang diterapkan harus tepat yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.[8]

Tabungan (saving deposit) merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan, Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip- prinsip syariah. Sedangkan tabungan berdasarkan prinsip syariah ada 2 jenis yaitu

[6] Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 168.
[7] Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 357.
[8] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 5.

tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening. Sedangkan tabungan mudharabah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah, yakni dimana dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) dan nasabah sebagai shahibul maal (pemilik dana). Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.[9]

Tabungan haji merupakan produk penghimpunan dana di BPRS Bhakti sumekar cabang gapura dimana tabungan ini diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT. dengan setoran awal yaitu Rp.100.000,00. Pada produk tabungan haji di BPRS cabang gapura menggunakan akad wadi'ah, Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan.[10]

Haji adalah berziarah (berkunjung) ke ka'bah di Makkah al-mukamarah untuk beribadah kepada allah SWT dengan melakukan ihram, thawaf, sa"i, wukuf, di arafah, mabit di muzdalifah dan Mina, Melontar jamarat, dan tahalul (Nuruddin Etar, al-Haj wa al-Umrah, 1984: 11). Dalam haji adapun hal-hal yang harus dipenuhi saat melaksanakan ibadah haji antara lain rukun haji, syarat-syarat haji, kewajiban haji dan DAM dalam ibadah haji.[11]

Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah lembaga keuangan Bank yang dibawahi oleh dewan kebijakan moneter, yang melakukankegiatan ekonominya berdasarkan prinsip Islam atau syariah, tanpa menghalalkan adanya riba atau suku bunga yang berorientasi padamasyarakat di tingkat desa ataupun kecamatan. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) didirikan berdasarkan UU No 7 tahun 1992 tentang perbankan dan Peraturan pemerintah (PP) no.72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Serta berdadarkan pada butir4 pasal 1 UU.No 10 tahun 1998, pengganti UU no 7 tahun 1992 tentang Perbankan disebutkan bahwa Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.[12]

[9] Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (4: RajaGrafindo Persada, 2008), 349.
[10] BPRS Sumekar, "Tabungan Haji," t.t., https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tabungan-haji/.
[11] Nuruddin Etar, *Al-Khajj Wa Al-Umrah Fi Al-Fiqh Al-Islami*, 1984, 11.
[12] Ismail, *Perbankan Syariah*, cet 1 (Jakarta: Kencana Pernamedia Group, 2011), 54–55.

Bank pembiayaan Rakyat (BPR) yang melakukan kegiatan usaha berdasrkan prinsip Syariah, Sebagaimana telah diketahui bahwa bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan. Umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpan uang, meminjamkan uang, Peranan bank dewasa ini sangat dominan dalam perekonomian masyarakat di Indonesia pada umumnya, dari pentingnya peranan bank yang mencakup semua masyarakat Bank syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariahdam menurut jenisnya tridiri atas bank umum syariah (BUS), bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).[13]

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan penulis jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna lebih ditampilkan. Landasan teori digunakan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

sumber data yang diperoleh dalam penelitian diantaranya sumber data primer dan sumber data skunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yang pertama menggunakan observasi dimana peneliti menggunakan teknik observasi non-partisipan, peneliti tidak akan terlibat secara langsung dalam aktifitas informan namun hanya sebagai pengamat indpenden.8 Kedua wawancara Metode yang digunakan dalam wawancara ini adalah wawancara semi terstruktur. Yakni, dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan, juga menggunakan alat bantu seperti buku catatan, bolpen dan handphone untuk merekam hasil wawancara. Pihak yang akan diwawancarai adalah accounting officer, customer service di PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura. Ketiga dokumentasi Metode dokumentasi adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku-buku, dokumen, dan sebagainya.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan dan ferivikasi. Dalam keabsahan data penelitian ini menggunakan trigulasi sumber, trigulasi teknik, trigulasi waktu.

.

[13] Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, Cet.2 (Yogyakatra: Pustaka Pelajar, 2016), 7.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian nemunjukkan bahwa strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkan jumlah nasabah di PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran salah satunya menggunakan strategi promotion (promosi) karena strategi ini efektif digunakan untuk memperkenalkan produk tabungan haji pada PT. BPRS cabang gapura di masyarakat yang dimana masyarakat dapat mengetahui prosedur, tata cara, dan persyaratan apa saja yang diperlukan untuk mendaftarkan dirinya melakukan pembiayaan haji pada BPRS cabang gapura. Salah satu dari strategi promosi yaitu dengan brosur/iklan yang menarik, dan melalui sosial media sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah, produk maupun jasa lain nya, khusunya produk tabungan haji yang ada pada PT. BPRS cabang gapura. Dan adapun kendala yang di hadapi PT. BPRS cabang gapura diantarana karna lamanya masa tunggu, minimnya pemngetahuan masyarakat, persaingan antar bank.

Namun terkait dalam meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan haji mengingat sampai saat ini nasabah pada produk tabungan haji masih belum mengalami perkembangan dari tahun-tahun sebelumnya, pihak BPRS pusat akan mencari solusi terkait tabungan haji agar para nasabah tabungan haji mendapat porsi haji mengingat lamanya masa tunngu dari pemerintah. Dari segi keuangan BPRS pusat dapat menyediakan talangan haji seperti halnya yang terdapat pada produk tabungan umrah yang menyediakan talangan umrah bagi nasabah yang belum cukup untuk melunasi ketika waktunya. Namun BPRS pusat masih mencari solusi terkait kuota haji yang terbatas dari pemerintah walaupun minat masyarakat terhadap tabungan haji kurang.

Adapun hasil penelitian yang peneliti amati yaitu strategi yang dilakukan di PT BPRS cabang gapura yaitu dengan bauran pemasaran diantaranya strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi adapun strategi promosi diantaranya periklanan, publisitas, penjualan pribadi.[14] Mengingat Perkembangan nasabah tabungan haji di BPRS bhakti sumekar cabang gapura dari tahun 2017 sampai dengan 2023 masih belum mengalami peningkatan. Hal tersebut terjadi karena masalah finansial dari masyarakat yaitu masalah biaya mengingat tidak semua masyarakat Indonesia memiliki kemampuan untuk menunaikan ibadah haji. Namun ada keyakinan yang besar bagi pihak pengelola produk tabungan haji, bahwa tabungan haji akan berkembang untuk tahun-

[14] Encung Suyadi Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura, Wawancara, 12 Juli 2024.

tahun berikutnya jika BPRS cabang gapura melakukan inovasi secara terus menerus dan juga meningkatkan profesionalitas kerjanya. Dengan dilakukannya hal tersebut suatu saat akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap BPRS cabang gapura dalam mengelola produk tabungan haji.

Salah satu produk BPRS cabang gapura yang dapat membantu masyarakat yaitu produk tabungan haji yang ada di BPRS cabang gapura. Dimana pihak bank akan mencari solusi terkait biaya seperti pada produk tabungan umrah yang sudah dapat mengatasi masalah pembiayaan dengan adanya talangan umrah yang di sediakan di BPRS cabang gapura.

Adapun kendala yang di hadapi PT. BPRS cabang gapura diantaranya lamanya masa tunggu haji dari pemerintah yang menjadi kendala terkait minat masyarakat terhadap ibadah haji di karenakan masa tunggu yang saat ini mencapai 30 tahun masa tunggu haji, tidak hanya itu faktor kesehatan juga menjadi salah satu alasan masyarakat enggan menunggu, yang kedua Tingkat pengetahuan dan pendidikan tentang pentingnya menabung untuk haji terlihat minim dalam masyarakat awam, dan Persaingan merupakan hal yang tidak bisa dihindari pada dunia perbankan. Banyak bank syariah yang beroperasi khusunya di sekitaran gapura yag merupakan kawasan peluang dalam bisnis. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan yang ketat antara bank yang satu dengan bank yang lainnya untuk menarik antusias masyarakat di sekitarnya . Berikut data nasabah tabungan haji yang ada di PT. BPRS cabang gapura.

Berdasarkan hasil penelitian PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS cabang gapura yaitu dengan bauran pemasaran: Strategi harga, Strategi produk, Strategi Tempat/distribusi dan strategi promosi

Penetapan strategi pemasaran tabungan haji pada PT. BPRS cabang gapura dari segi harga. Dalam hal harga produk tabungan haji di PT. BPRS cabang gapura yaitu dengan Setoran pertama minimal Rp. 100.000,00 Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,00 Untuk selanjutnya frekuensi setoran tidak terbatas.Pengambilan dilakukan dengan cara membuat surat kuasa kepada PT. BPRS cabang gapura untuk memindah bukukan pada setoran haji pada salah satu bank yang ditunjuk (yang telah menandatangani MOU) apabila telah mencukupi setoran haji lunas.[15]

[15] Suyadi Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura.

Maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini dilihat dari segi harga lebih menarik perhartian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji tersebut, karena hanya dengan setoran awal minimal biaya Rp. 100.000,00 masyarakat dapat membuka rekening tabungan haji di PT. BPRS cabang gapura.

Lamanya masa tunggu (waiting list) haji di indonesia yang terjadi pada saat ini yang mencapai 30 tahun bahkan lebih, banyak menyadarkan umat muslim yang kemudian merencanakan ibadah haji. Hal ini kemudian menciptakan produk tabungan haji dengan menerapkan akad wadiah, yaitu simpanan murni tetapi nasabah mendapatkan bonus dari bank. Imbalan diberikan dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara syariah.

Kegiatan fungsional berada di Kantor PT BPRS cabang gapura terletak di Kecamatan gapura Kabupaten sumenep. Lokasi kantor PT BPRS cabang gapura sangat strategis karena berada pada jalan raya gapura yang ramai dilalui masyarakat. Dalam upaya melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu, PT. BPRS cabang gapura menggunakan sistem jemput bola yaitu karyawan langsung mendatangi nasabah di rumah-rumah atau ditempat mereka ber-usaha. Karena karyawan lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk yang dimiliki PT. BPRS cabang gapura pada calon nasabah.

Salah satu tujuan promosi PT. BPRS cabang gapura adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunkan PT. BPRS cabang gapura dalam mempromosikan produk tabungan haji yang ada di BPRS cabang gapura.menurut philip kolter, promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas empat sarana atau alat yang penting yakni: periklanan (advertising), publisitas (publicity), dan penjualan pribadi (personal selling).[16] Dalam hal ini Sarana promosi yang digunakan oleh bprs dalam memasarkan produk tabungan haji, memanfaatkan periklanan, publisitas, dan penjualan pribadi.

Iklan adalah setiap bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi akan gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sebuah sponsor tertentu.[17] bprs dalam memaksimalkan

[16] Philip kolter, *Manajemen Pemasaran* (USA: River, 2016), 17.
[17] Kennedy Soemanagara, *Marketing Communication Taktik dan Strategi* (Jakarta: Buana Populer kelompok Gramedia, 2006), 43.

kegiatan promosi dalam bentuk periklanan sebagai suatu cara yang paling efektif . promosi iklan ini difokuskan melalui media. promosi yang dilakukan bprs yaitu melalui media cetak seperti brosur dan media elektronik seperti radio, televisi, dan internet lainnya.

Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh bprs adalah dengan cara mengundang masyarakat baik nasabah maupun yang bukan nasabah dengan tujuan dapat menambah wawasan bagi nasabah dan calon nasabah untuk mengenal dan mengetahui.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh bprs yaitu melalui kegiatan personal selling antara lain, melalui kegiatan sosial yakni dengan ikut serta atau partisipasi bprs pada kegiatan-kegiatan sosial dan seremonial khas daerah setempat seperti kegiatan keagamaan, atau dengan mengadakan pertemuan ke berbagai tempat seperti penyuluhan BLT, pertemuan para guru, pengajian, pertemuan ibu-ibu pkk, dan ke rumah nasabah ketika melakukan penghimpunan dana tabungan dan juga ke pasar.dalam rangka memperkenalkan tabungan haji serta produk-produk lain yang ada di bprs untuk ditawarkan kepada para masyarakat baik nasabah maupun yang bukan nasabah.[18]

Terdapat beberapa kendala yang di hadapi PT. BPRS bhakti sumekar cabang gapura dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji diantaranya Lamanya Masa Tunggu Haji, Minimnya Pemahaman Masyarakat, dan Persaingan Antar Bank.

Daftar tunngu yang menjadi kendala terkait startegi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji. Lamanya masa tunggu haji dari pemerintah yang menjadi kendala terkait minat masyarakat terhadap ibadah haji di karenakan masa tunggu yang saat ini mencapai 30 tahun masa tunggu haji, tidak hanya itu faktor kesehatan juga menjadi salah satu alasan masyarakat enggan menunggu. Masyarakat lebih memilih umrah dari pada haji dimana kuota umrah yang tidak terbatas setiap tahunnya. Bahkan ada beberapa perilaku nasabah yang mengalihkan Tabungan haji kepada umrah dikarenakan masa tunngu haji yang sangat lama dibandingkan dengan masa tunngu umrah pada saat ini.[19]

Tingkat pengetahuan dan pendidikan tentang pentingnya menabung untuk haji terlihat minim dalam masyarakat awam Ada beberapa masyarakat mengatakan bahwa haji merupakan hal yang sakral dan tidak dapat di campur adukkan dengan bank yang notabenya banyak mengandung riba, bagi masyarakat awam masih beranggapan bahwa

[18] Kahlifah, Wawancara, 12 Juli 2024.
[19] Suyadi Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura, Wawancara.

yang berbau bank pasti mengandung riba, sehingga minat masyarakat untuk nenabung tabungan haji di bank masih kurang. Hal ini juga menjadi kendala bagi BPRS cabang gapura terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan haji yang masih tergolong sedikit dibandingkan dengan produk tabungan yang lainnya.[20]

Persaingan merupakan hal yang tidak bisa dihindari pada dunia perbankan. Banyak bank syariah yang beroperasi khusunya di sekitaran gapura yag merupakan kawasan peluang dalam bisnis. Hal tersebut yang menyebabkan persaingan yang ketat antara bank yang satu dengan bank yang lainnya untuk menarik antisias masyarakat di sekitarnya. Namun terkait dalam meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan haji pihak BPRS pusat akan mencari solusi terkait tabungan haji agar para nasabah tabungan haji mendapat porsi haji mengingat lamanya masa tunngu dari pemerintah. Dari segi keuangan BPRS pusat dapat menyediakan talangan haji seperti halnya yang terdapat pada produk tabungan umrah yang menyediakan talangan umrah bagi nasabah yang belum cukup untuk melunasi ketika waktunya. Namun BPRS pusat masih mencari solusi terkait kuota haji yang terbatas dari pemerintah walaupun minat masyarakat terhadap tabungan haji kurang.[21]

KESIMPULAN

Strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT. BPRS cabang gapura untuk produk tabungan haji maka PT. BPRS cabang gapura memanfaatkan kondisi lamanya masa tunggu haji yang ada di indonesia untuk mendorong masyarakat muslim khusunya yang ada di gapura untuk merencanakan ibadah haji lebih awal. Strategi yang BPRS cabang gapura lakukan yaitu dengan bauran pemasaran diantaranya strategi harga, strategi produk, strategi tempat dan strategi promosi yang diantaranya menggunakan periklanan seperti media cetak dan media elektronik, publisitas dengan mengundang masyarakat untuk mengetahui setiap produk yang di tawarkan, penjualan pribadi melalui partisipasi dalam kegiatan sosial dan seremonial daerah. Dengan strategi ini PT. BPRS cabang gapura berupaya menarik minat masyarakat untuk membuka tabungan haji dengan mudah dan terjangkau.

[20] Suyadi Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura.
[21] Qurratul Aini Putri, Wawacara dengan CS, 22 Juli 2024.

Adapun kendala yang dihadapi terkait strategi pemasaran tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji yang ada di PT. BPRS cabang gapura kendala yang di hadapi diantaranya, masa tunggu haji yang saat ini mencapai 30 tahun membuat para calon jamaah lebih memilih umrah, yang tidak memiliki kuota terbatas. Hal ini mengurangi minat masyarakat untuk menabung di tabungan haji, Sebagian masyarakat masih menganggap bahwa haji tidak boleh dicampur adukkan dengan bank karna dianggap mengandung riba, walaupun PT. BPRS cabang gapura beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Minimnya pemahaman masyarakat, Dengan kurang pemahaman ini dapat menghambat masyarakat dalam menabung pada tabungan haji. Dan juga persaingan yang ketat antar bank syariah di sekitas gapura membuat PT. BPRS cabang gapura harus berusaha lebih keras untuk menarik minat masyarakat pada produk tabungan haji yang ada di PT. BPRS cabang gapura.

Untuk mengatasi kendala yang ada di BPRS, maka BPRS pusat sedang mempertimbangkan solusi, seperti penyediaan talangan haji, solusi tersebut sama dengan talangan umrah. Agar nasabah tetap dapat porsi haji meskipun masa tunggu panjang.

REFERENSI

Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Astuti, Selvi Vinda. "Analisis Strategi Pemasaran Syariah dalam Produk Tabungan Haji dan Umrah Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BSI KC Kudus Ahmad Yani 1," 2023.

BPRS Sumekar. "Tabungan Haji," t.t. https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tabungan-haji/.

Etar, Nuruddin. *Al-Khajj Wa Al-Umrah Fi Al-Fiqh Al-Islami*, 1984.

Fauziya, Fitri, dan W Wage. "Upaya BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara Dalam Meluruskan Persepsi Masyarakat Tentang Bank Syariah." *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam* 17, no. 1 (2016): 40–53.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Cet 1. Jakarta: Kencana Pernamedia Group, 2011.

Kahlifah. Wawancara, 12 Juli 2024.

Karim, Adiwarman. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. 4: RajaGrafindo Persada, 2008.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Cet.4. Jakarta: Kencana, 2010.

Kolter, Philip. *Manajemen Pemasaran*. USA: River, 2016.

Putri, Qurratul Aini. Wawacara dengan CS, 22 Juli 2024.

Soemanagara, Kennedy. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: Buana Populer kelompok Gramedia, 2006.

Sofjan, Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Suwiknyo, Dwi. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*. Cet.2. Yogyakatra: Pustaka Pelajar, 2016.

Suyadi Kepala Cabang BPRS Bhakti Sumekar Cabang Gapura, Encung. Wawancara, 12 Juli 2024.

Wijaya, Temmy. "Urgensi Pemerintah Kabupaten/Kota Mendirikan BPR Syariah." *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2019): 80–90.

Wiwoho, Jamal. "Peran Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat." *Masalah-Masalah Hukum* 43, no. 1 (2014): 87–97.