

# Strategi Pemasaran Inovatif Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di BTN Kantor Cabang Syariah Jember

Alifatun Istiqamah Lailani<sup>1</sup>, Nur Alvinatul Hasanah<sup>2</sup>, Devina Putri Meilia<sup>3</sup>, Ahmad Fauzi<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Perbankan Syari'ah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

<sup>1</sup>[alifatunistiqamah@email.com](mailto:alifatunistiqamah@email.com), <sup>2</sup>[nuralvinatulhasanah@email.com](mailto:nuralvinatulhasanah@email.com), <sup>3</sup>[devinaputrimeilia21@email.com](mailto:devinaputrimeilia21@email.com), <sup>4</sup>[ahdfauz@gmail.com](mailto:ahdfauz@gmail.com)

## Abstrak

Studi ini dilakukan untuk mengembangkan strategi pemasaran kreatif yang memiliki potensi untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk tabungan di BTN KCS Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi.

Hasil studi menunjukkan bahwa strategi pemasaran inovatif yang efektif dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember melalui penggunaan media sosial, mengembangkan program loyalitas nasabah, dan menyediakan layanan yang memuaskan dan cepat. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen tentang produk tabungan di BTN KCS Jember adalah tingkat bunga, biaya administrasi, dan kualitas layanan.

Dengan demikian, penelitian ini merekomendasikan bahwa BTN KCS Jember perlu mengembangkan strategi pemasaran inovatif yang berfokus pada penggunaan media sosial, program loyalitas nasabah, dan layanan yang memuaskan dan cepat. Selain itu, BTN KCS Jember juga perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan, seperti tingkat bunga, biaya administrasi, dan kualitas layanan

**Kata Kunci:** Perbankan Syariah, Tabungan Syariah, Pemasaran

## PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, baik di tingkat internasional maupun domestik, perkembangan dan penerapan ekonomi Islam semakin mendapatkan tempat. Di Indonesia, kemajuan ekonomi Islam ditunjukkan dengan meningkatnya studi dan publikasi terkait prinsip-prinsip serta praktik ekonomi syariah. Ini tercermin dari pertumbuhan yang cepat institusi keuangan berbasis syariah, seperti bank syariah, asuransi syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah, dan yang lainnya yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah. Bank Indonesia telah menerapkan regulasi untuk mendorong peningkatan ketersediaan layanan perbankan syariah di tanah air dan mendorong kemajuan industri. Kondisi yang mendukung ini seharusnya mendorong perusahaan perbankan Indonesia untuk mengembangkan industri yang menjanjikan ini.

Pemasaran adalah salah satu tugas utama yang dilaksanakan oleh Bank Syariah dalam upayanya untuk memastikan keberlangsungan operasionalnya. Penjualan sering disamakan dengan pemasaran, namun pemasaran mencakup lebih dari sekadar menjual produk dan layanan; itu juga berkaitan dengan perilaku konsumen, analisis potensi pasar, aktivitas untuk inovasi produk baru, serta upaya untuk mengirimkan dan mempromosikan produk yang ditawarkan. (Hasibuan, 2018)

Menurut Tjiptono, pemasaran merupakan alat yang krusial bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya, karena memungkinkan perusahaan untuk menjaga keunggulan kompetitif melalui pasar yang diakses dan strategi pemasaran yang diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pasar itu. Dalam strategi pemasaran mereka, bank syariah perlu menempatkan kebutuhan pelanggan sebagai prioritas dan menawarkan layanan perbankan yang berkualitas, bersaing, dan mudah dipahami. Ada banyak cara untuk melakukan pemasaran, salah satunya adalah bauran pemasaran. McCarthy mendefinisikan bauran pemasaran sebagai tindakan bauran pemasaran dengan 4 P: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion). (Ningsih & Maika, 2020).

Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Jember sebagai salah satu bank syariah di Indonesia menawarkan berbagai produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Namun, masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang produk tabungan yang ditawarkan oleh BTN KCS Jember. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi elemen yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh elemen-elemen tersebut terhadap minat masyarakat. Dengan demikian, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengembangan strategi pemasaran produk tabungan BTN KCS Jember yang lebih produktif dan efektif, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menabung dan berinvestasi melalui produk tabungan BTN KCS Jember.

## METODE

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif melalui studi literatur dan studi lapangan. Data dikumpulkan melalui dua metode utama: observasi langsung di BTN KCS Jember dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak yang relevan. Data primer berasal dari wawancara dan observasi langsung di lapangan, dan data sekunder berasal dari penelitian terdahulu yang relevan. Fokus penelitian ini adalah semua produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank BTN KCS Jember. Penelitian ini juga menyelidiki strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BTN KCS Jember dan tingkat ketertarikan nasabah untuk menggunakan produk tabungan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Produk Tabungan yang Ditawarkan oleh Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Jember

Dalam memenuhi permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah berkualitas tinggi dan terpercaya, BTN Kantor Cabang Syariah Jember berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan perbankan yang disesuaikan dengan syariah dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Sebagai salah satu institusi keuangan syariah terkenal di Indonesia, kami memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup nasabah melalui penyediaan produk dan layanan perbankan yang inovatif, kompetitif, dan berbasis pada nilai-nilai syariah.

Dalam hal ini produk tabungan BTN kantor cabang syaria'ah Jember terbagi menjadi dua jenis akad yaitu:

#### A. Tabungan Akad wadiah

Akad wadiah berasal dari wada'asy sya-i, yang berarti memberikan sesuatu kepada orang lain agar mereka memperlakukannya dengan baik dan agar orang yang masih hidup dapat mengatasinya. Al wadiah dapat didefinisikan sebagai barang yang tidak tercemar yang di kirim dari satu pihak ke pihak lain, dua orang, atau zat yang sah yang harus di pantau dan di kembalikan. Ketika penjaga membutuhkannya (Maulida Jam'ah & Ahmad Amin Dalimunthe, 2022). (Muflihatin et al., 2021) menjelaskan wadiah sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain. Wadiah mutlak sebagai simpanan karena tidak ada bunga yang ditawarkan atau dikontrak sebelumnya. Berikut beberapa produk tabungan akad wadiah :

- Tabungan BTN Batara IB

Tabungan BTN Batara IB adalah hasil dari dana berakad wadiah yang memberikan solusi tabungan transaksional dengan kemudahan transaksi pembelian dan pembayaran melalui channel Bank BTN untuk menunjang aktivitas keuangan keluarga, Tabungan BTN Batara IB ini ada untuk transaksional dan untuk pembiayaan KPR, yang transaksional Rp 100.000 setoran awal, Rp 100.000 saldo mengendap, dan Rp 5.000 biaya administrasi per bulan. Sedangkan yang KPR setoran awal dan biaya administrasi sama, yang membedakan hanya saldo mengendap nya yaitu Rp. 50.000, keduanya untuk biaya administrasi tidak di potong dari pokok tetapi dari nisbah atau bagi hasil. Dalam Tabungan BTN Batara IB Untuk kartu ATM-nya itu penarikan perharinya, itu ada tiga kartu ATM-nya. Yang pertama kartu ATM silver, kartu ATM gold, dan kartu ATM platinum, semua itu terletak pada limitasi dan biayanya. Kartu ATM silver itu penarikan perharinya bisa sampai dengan 5 juta rupiah. Dan untuk biaya administrasinya cukup 1000 rupiah, Kartu ATM yang gold, itu penarikan perharinya bisa sampai dengan 10 juta rupiah. Dan untuk biaya administrasinya 2500 rupiah untuk setiap bulannya. Dan untuk yang kartu ATM platinum, itu penarikan perharinya bisa sampai dengan 15 juta rupiah. Dan untuk biaya administrasinya itu 5000 rupiah untuk setiap bulannya.

- Tabunganku IB

Tabungan IB merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dengan setoran awal Rp 20.000, biaya administrasi Rp 2.000 per bulan, dan tidak memiliki saldo mengendap. Selain itu, tabunganKu memiliki persyaratan mudah dan ringan untuk individu. (Saleh et al., 2023)

- Tabungan BTN Batara payroll iB

Tabungan BTN Batara payroll IB merupakan layanan tabungan milik Bank Tabungan Negara (BTN) yang tergabung dalam produk tabungan BTN Batara. Sesuai dengan namanya, tabungan BTN Batara Payroll ini di khususkan untuk perusahaan yang ingin menjalin kerjasama dengan Bank BTN dalam hal penggajian. Dengan layanan payroll ini, pengaturan pembayaran gaji karyawan dapat diberikan secara akurat dengan sistem online real-time yang mudah dan aman melalui transfer rekening.

- Tabungan BTN SimPel iB

Tabungan Simpanan Pelajar (SimPel) yaitu tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank Di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka

edukasi, Dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan BTN untuk pelajar dengan tujuan meningkatkan budaya menabung sejak dini dengan prinsip syariah yaitu akad

#### B. Tabungan Mudharabah

Akad Mudharabah adalah kerja sama antara dua pemilik modal (shahibul maal) yang memberikan serratus persen modal mereka kepada penerima (mudharib) sesuai dengan jumlah modal yang mereka miliki. Mudharabah adalah keyakinan awal yang di pegang oleh pelaku usaha dan investor bahwa setiap keuntungan akan terbatas pada batas tertentu yang di sepakati. Dengan pengecualian dari kerugian yang di sebabkan oleh kelalaian klien, seperti penyalahgunaan, pemerasan, dan distorsi. Penyedia modal bertanggung jawab sepenuhnya atas semua insiden taruhan. Dalam Mudharabah Mutlaqah, shahibul maal dan mudharib bekerja sama secara langsung. Artinya, tidak ada batasan bagi shahibul maal untuk mengurus harta atau cadangan yang diberikan jika tidak bertentangan dengan hukum syariah. Berikut beberapa produk tabungan di akad Mudharabah:

- Tabungan BTN Haji dan Umroh IB

Tabungan BTN Haji dan Umroh IB merupakan produk simpanan dana berakad Mudharabah yang memberikan kemudahan nasabah untuk melakukan perencanaan ibadah haji atau umroh dengan bagi hasil yang kompetitif. Dalam tabungan ini, kontrak wadiah umumnya digunakan, di mana nasabah menitipkan dana pada bank sebagai penjaga dana. Nasabah adalah pemilik dana, dan penarikan hanya sesuai dengan syarat-syarat yang disetujui, tanpa menggunakan cek atau instrumen serupa menurut undang-undang Perbankan. Tabungan BTN Haji dan Umroh iB adalah salah satu produk dengan setoran awal Rp 100.000, Saldo mengendap nya Rp 100.000 dan tidak ada biaya administrasi karena untuk Ibadah. Jika saldo sudah terkumpul Rp 25.000.000 Bank akan mendaftarkan nomor Porsinya ke kemenag, kalau ada nasabah yang belum uang untuk mendapatkan nomor porsi maka pihak Bank akan membantu dengan berkerjasama dengan perusahaan FIF Amitra , AMITRA merupakan jasa layanan pembiayaan syariah dari FIFGROUP dengan produk unggulan Haji Plus, Haji Regular dan Paket Umroh. Serta pembiayaan syariah untuk produk lainnya, persyaratannya yaitu KTP asli dan KK dengan biaya administrasi Rp 1.000.000.(Musdalifah et al., 2023)

- Tabungan BTN Qurban IB

Tabungan BTN Qurban IB merupakan tabungan berencana untuk pembelian dan penyaluran hewan kurban dengan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif berdasarkan prinsip syariah dengan akad "Mudharabah" (Investasi), dengan setoran awal Rp 150.000, saldo mengendap Rp 50.000 dan tidak ada biaya administrasi dikarenakan untuk Ibadah dan untuk caranya bisa dilakukan dengan menabung Setiap bulan atau setiap sesuai dengan si nasabah itu memiliki uang untuk perencanaan Qurban ke depannya, Jika sudah terkumpul bisa di ambil h-1 sebelum hari raya qurban bisa berupa uang. Namun, jika nasabah kesulitan dengan masalah Qurban nya, pihak bank akan membantu si nasabah karena pihak Bank juga Bekerjasama dengan perusahaan Farm atau peternakan-peternakan untuk membeli hewan Qurban.

- Tabungan BTN Prima IB

Tabungan BTN Prima Ib merupakan produk tabungan syariah dengan akad Mudharabah Mutlaqah (investasi) yang menawarkan bagi hasil kompetitif untuk keperluan sehari-hari dan investasi. Untuk Setoran awalnya itu lebih tinggi, karena ini merupakan tabungan yang digunakan untuk investasi, jadi setoran awalnya itu Rp 500.000, untuk saldo yang mengendap itu Rp 200.000, dan untuk biaya administrasinya itu Rp 15.000. Itu tidak dipotong dari pokok, itu dipotong dari nisbah atau bagi hasil.

- Deposito BTN IB

Deposito BTN IB adalah investasi berjangka bagi lembaga yang menghasilkan hasil kompetitif melalui akad "Mudharabah", yang merupakan kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dibagi menurut nisbah yang disepakati. Deposito BTN iB adalah salah satu produk investasi Bank BTN Syariah yang menawarkan bunga yang kompetitif dan keamanan dana yang terjamin, dengan jangka waktu deposito yang fleksibel (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, dan 24 bulan) dan setoran awal minimal Rp 1.000.000 untuk individu dan Rp 2.500.000 untuk lembaga. Bank BTN juga mempunyai program yaitu program berkah deposito dengan minimal penempatan Rp 10.000.000, dan nantinya nasabah akan mendapatkan Voucher atau barang halal lainnya, selain itu juga mendapatkan bunga atau nisbah setiap bulannya.

### Strategi Pemasaran Produk Tabungan BTN Kantor Cabang Syariah Jember

Pemasaran adalah sesuatu yang esensial bagi bank untuk tetap berkompetisi di pasar, dengan menyediakan produk yang menarik bagi pelanggan. Oleh karena itu, aktivitas pemasaran adalah hal yang dilaksanakan dalam suatu lembaga perbankan. Tanpa adanya pemasaran, keinginan dan kebutuhan nasabah tidak akan dapat dipenuhi. (Mardiaynto, 2021)

Marketing Mix, juga dikenal sebagai bauran pemasaran, adalah proses pemasaran yang dilakukan secara holistik. Ini menunjukkan bahwa semua kegiatan berlangsung bersamaan di antara komponen-komponen dalam bauran pemasaran itu sendiri. Tiap komponen tidak dapat beroperasi secara terpisah tanpa dukungan dari komponen lainnya. Penerapan bauran pemasaran dalam sektor perbankan (Mufaini et al., 2024) diterapkan dengan menggunakan prinsip-prinsip yang sesuai dengan kebutuhan bank. Secara praktis, konsep bauran pemasaran mencakup pendekatan yang sedikit berbeda antara produk yang berupa barang dan layanan. Kotler mengidentifikasi empat aspek dalam bauran pemasaran yang meliputi Produk, Harga, Promosi, dan Tempat. (Abdul Ghoni Paturohman, 2022)

A. Produk (product) adalah manajemen unsur produk yang mencakup Perencanaan, pengembangan, dan Modifikasi produk atau jasa yang sesuai Untuk pemasaran. Produk adalah komponen bauran Pemasaran. Dalam Islam produk harus Halal, etis, bebas dari larangan seperti Minuman beralkohol, dan memenuhi Standar kuantitas serta kualitas yang Jelas (Musawwa & Hanifah, 2023). (Hasibuan, 2018) Produk Bank BTN KCS Jember menawarkan beberapa produk tabungan menggunakan prinsip syariah yang dapat digunakan oleh masyarakat, Adapun Produk tabungan tersebut di bagi 2 yaitu:

a) Tabungan dengan Akad Wadiah Yad Amanah (Titipan)

- Tabungan BTN Batara IB
- Tabunganku iB
- Tabungan BTN Pelajar iB

b) Tabungan dengan Akad Mudharabah Mudhlaqoh (Investasi)

- Tabungan BTN Haji dan Umrah IB
- Tabungan BTN Qurban iB
- Deposito BTN iB

B. Harga (price) adalah sistem manajemen Perusahaan untuk menetapkan harga Yang tepat untuk produk atau jasa, Termasuk strategi seperti potongan harga Dan biaya pengiriman . Selain variasi produk tabungan yang menarik, Bank BTN Syariah juga menyediakan produk tabungan yang memiliki harga bersaing dan terjangkau jika dibandingkan dengan produk tabungan lainnya yang tentunya juga mengikuti prinsip syariah. Biaya administrasi dan setoran awal juga yang relatif rendah membuat produk BTN Syariah lebih menarik bagi masyarakat. (Hermika Pinem et al., 2023)

C. Tempat (Place) Penentuan lokasi untuk industri perbankan sangat ditekankan pada pemilihan lokasi cabang. Lokasi yang tidak strategis dapat berdampak negatif pada minat nasabah untuk berinteraksi dengan bank. Untuk tempat nya Bank BTN Syariah memiliki jaringan yang luas dan dapat diakses melalui berbagai channel, seperti ATM, mobile banking, dan kantor cabang (Tabungan et al., 2025). Secara umum, Dalam menentukan lokasi suatu bank, beberapa faktor harus dipertimbangkan, seperti: dekat dengan kawasan industri atau pabrik; dekat dengan perkantoran; dekat dengan pasar; dekat dengan komunitas atau perumahan; dan banyak pesaing.

D. Promotion (Promosi) merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan untuk meyakinkan calon nasabah. (Ningsih & Maika, 2020). Promosi adalah cara untuk Informasikan produk dan ajak pasar beli periklanan merupakan presentasi produk yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen, penjualan langsung yaitu penawaran produk secara intensif guna meningkatkan pembelian dan penjualan, Promosi penjualan , dan publikasi. Dalam promosi nya Bank BTN menggunakan cara yaitu:

- Media sosial: Aktif di Instagram, TikTok, dan platform lainnya.
- SMS Blast: Strategi promosi melalui pesan singkat kepada nasabah.
- Cross-selling: Pegawai bank menawarkan produk tambahan kepada nasabah saat melakukan transaksi.
- Kerjasama dengan developer dan pihak sekolah untuk memperluas jaringan nasabah.

### Kelebihan dan kekurangan produk tabungan BTN Kantor Cabang Jember

A. Kelebihan dan kekurangan

- a) Tabungan BTN Batara IB  
Kelebihan: Cocok untuk transaksi harian dan pembayaran angsuran KPR..Dilengkapi fasilitas e-channel (ATM dan mobile banking). Pilihan kartu ATM dengan limit transaksi yang fleksibel dan sudah Visa  
Kekurangan: Keuntungan yang diperoleh oleh nasabah tidak menentu dan nasabah yang tidak melakukan transaksi dalam waktu 90 hari akan dikenakan administrasi rekening pasif
- b) Tabunganku IB  
Kelebihan: Untuk Tabunganku Ini Biaya administrasi ringan, Setoran awal rendah sehingga lebih mudah dijangkau.  
Kekurangan: tidak dilengkapi layanan mobile banking, Kartu ATM masih menggunakan jaringan GPN sehingga tidak dapat digunakan untuk transaksi luar negeri.
- c) Tabung Simpel (Simpanan Pelajar) ada Tabungan BTN Simpanan Pelajar ada juga tabungan Simpel yang produknya dari BI dan OJK yang di keluarkan untuk menumbuhkan sikap menabung masyarakat yang penarikan perharinya Rp 250.000 itu di batasi dan tidak ada mobile banking nya dan untuk ATM nya masih kartu GPN, Sedangkan Tabungan BTN Simpanan Pelajar iB sudah di lengkapi kartu ATM yang sudah Visa dan limit nya sampai dengan 15 juta lebih, untuk membuka tabungan ini harus ada kerjasama dengan pihak sekolah .  
Kekurangan: Tabungan tersebut tidak memiliki bunga, sehingga nasabah tidak dapat imbalan dari hasil simpanannya tersebut, dan nasabah juga bisa mendapat denda sebesar Rp.5000 jika saldo direkening turun dibawah minimum yang sudah ditetapkan.
- d) Haji dan Umroh IB  
Kelebihan: Tabungan ini memiliki kelebihan yaitu Akad Mudharabah Mutlaqoh dengan bagi hasil yang kompetitif. Tidak dikenakan biaya administrasi saat penutupan rekening.  
Kekurangan: proses pencairan dana terbatas pada kebutuhan ibadah haji atau umroh.
- e) Tabungan Qurban IB  
Kelebihan: Tabungan Qurban memiliki kelebihan yaitu Akad Mudharabah Mutlaqoh yang memberikan potensi keuntungan. Dapat dibantu untuk pembelian hewan kurban melalui mitra bank.  
Kekurangan: setoran awal lebih besar dibanding tabungan haji (Rp 150.000)
- f) Deposito BTN IB  
Kelebihan: untuk kelebihan tabungan ini adalah Cocok untuk investasi dengan sistem bagi hasil. Pilihan jangka waktu beragam (1, 3, 6, 12, hingga 24 bulan).  
Kekurangan: dana tidak dapat dicairkan sewaktu-waktu karena berbentuk deposito berjangka.

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan di BTN Kantor Cabang Syari'ah**

Minat dapat diidentifikasi melalui kecenderungan seseorang untuk memberikan jawaban dengan tujuan tertentu terhadap orang-orang di sekitarnya. Secara umum, minat dapat dipahami sebagai suatu keadaan yang muncul ketika seseorang mengamati sifat-sifat atau arti penting dari suatu hal yang tidak bersifat permanen, dan yang berhubungan dengan kebutuhan atau keinginan pribadi. Dengan demikian, apa yang dilihat oleh seseorang akan memberikan keuntungan, sepanjang hal tersebut relevan dengan kepentingan pribadinya.

Ada 2 faktor yang memengaruhi keinginan masyarakat untuk produk tabungan, yaitu:

1. Faktor Intrinsik, adalah faktor yang berasal dari dalam suatu individu, organisasi, atau sistem yang mempengaruhi kinerja atau hasil. Yang termasuk kedalam faktor intrinsik yaitu indikator pengetahuan dan Kualitas pelayanan, faktor intrinsik di bank ini ialah:
  - 1) Kualitas pelayanan: pelayanan yang ramah dan berkualitas tinggi dari pegawai bank dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember.
  - 2) Fasilitas dan Kemudahan: Fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan oleh bank, seperti akses online dan jaringan ATM yang luas, dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember.

- 3) Keamanan dan Stabilitas: Keamanan dan stabilitas produk tabungan BTN KCS Jember dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut.
  - 4) Produk yang Ditawarkan: Produk tabungan yang ditawarkan oleh BTN KCS Jember, seperti tabungan BTN Batara IB, tabunganku IB, dan tabungan haji dan umroh IB, dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan mempengaruhi minat mereka.
2. Faktor eksternal adalah hal-hal yang tidak ada di dalam diri seseorang dan mempengaruhi perilaku, motivasi, atau hasil yang dicapai seseorang. Yang termasuk dalam faktor ekstrinsik ini adalah promosi, kondisi ekonomi, dan perkembangan teknologi, Faktor Ekstrinsik di Bank ini ialah:
- 1) Promosi dan Iklan: Promosi dan iklan yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember dan mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan produk tersebut.
  - 2) Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah: Kepatuhan terhadap prinsip syariah dapat mempengaruhi minat masyarakat muslim terhadap produk tabungan BTN KCS Jember.
  - 3) Kondisi Ekonomi: Kondisi ekonomi yang stabil dan pertumbuhan ekonomi yang positif dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung dan berinvestasi.
  - 4) Perkembangan Teknologi: Perkembangan teknologi yang pesat dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan produk tabungan yang lebih modern dan mudah diakses, seperti layanan mobile banking. (Mufaini et al., 2024)

### **Implementasi Strategi pemasaran produk tabungan BTN Kantor Cabang Syariah Jember**

Dari hasil wawancara oleh peneliti dengan Achmad Taufiqur Rahman selaku Customer Service di BTN Kantor Cabang Syariah Jember bahwasannya implementasi Strategi pemasaran pada produk tabungan yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara (BTN) Kantor Cabang Syariah Jember yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Jember memberikan fasilitas dan kemudahan bertransaksi yang tersedia untuk setiap jenis tabungan.

Berikut beberapa Pengimplementasian-nya, yaitu:

- 1) Pengembangan Produk: BTN KCS Jember terus mengembangkan produk-produknya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.  
Contoh: BTN KCS Jember mengembangkan produk tabungan BTN Batara IB yang dilengkapi dengan fasilitas kartu ATM yang sudah VISA, layanan mobile banking, dan penarikan per hari yang lebih besar.
- 2) Peningkatan Fasilitas Layanan: BTN KCS Jember terus meningkatkan fasilitas layanan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.  
Contoh: BTN KCS Jember meningkatkan fasilitas layanan mobile banking dengan menambahkan fitur-fitur baru, seperti penarikan tunai dan pembayaran tagihan.
- 3) Promosi dan Pemasaran: BTN KCS Jember melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial dan media massa, serta bekerja sama dengan pihak lain.  
Contoh: BTN KCS Jember melakukan promosi dan pemasaran melalui media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk dan layanan BTN Syariah.
- 4) Edukasi dan Pelatihan: BTN KCS Jember melakukan edukasi dan pelatihan kepada nasabah dan karyawan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang produk dan layanan BTN KCS Jember.  
Contoh: BTN KCS Jember melakukan edukasi dan pelatihan kepada nasabah tentang produk dan layanan BTN KCS Jember, seperti cara menggunakan kartu ATM dan layanan mobile banking.
- 5) Kerjasama dan Kolaborasi: BTN KCS Jember melakukan kerjasama dan kolaborasi dengan pihak lain untuk meningkatkan kesadaran publik dan minat terhadap produk dan layanan BTN KCS Jember.  
Contoh: BTN KCS Jember melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti perusahaan dan organisasi, untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk dan layanan BTN KCS Jember.

Dengan demikian, implementasi strategi pemasaran produk BTN KCS Jember telah selesai dilakukan, dan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap barang dan jasa BTN KCS Jember, serta meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kepuasan nasabah.

## KESIMPULAN

Berbagai jenis tabungan berdasarkan prinsip syariah tersedia di Kantor Cabang Syariah Jember Bank Tabungan Negara (BTN). Produk-produk tersebut dibagi menjadi dua kategori akad: Wadiah dan Mudharabah. Produk Wadiah meliputi Tabungan BTN Batara IB, Tabunganku IB, dan Tabungan BTN Simpanan Pelajar IB. Sementara itu, produk tabungan Mudharabah meliputi Tabungan BTN Haji dan Umroh IB, Tabungan BTN Qurban IB, dan Deposito BTN IB.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BTN KCS Jember meliputi pengembangan produk, peningkatan fasilitas layanan, promosi dan pemasaran, edukasi dan pelatihan, serta kerjasama dan kolaborasi. Akibatnya, BTN KCS Jember memiliki kemampuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk dan layanan yang ditawarkannya, serta meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan BTN KCS Jember meliputi faktor intrinsik seperti kualitas pelayanan, fasilitas dan kemudahan, keamanan dan stabilitas, serta produk yang ditawarkan. Sementara itu, faktor ekstrinsik meliputi promosi dan iklan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, kondisi ekonomi, serta perkembangan teknologi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Jurnal penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Pak Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan dengan penuh kesabaran, pimpinan dan seluruh staff BTN KCS Jember yang telah berkenan memberikan izin serta informasi selama proses penelitian, kedua orang tua kami yang tidak pernah lelah memberikan dukungan dan doa, Selain itu, rasa terima kasih disampaikan kepada setiap pembaca yang tertarik dengan temuan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni Paturohman, N. (2022). Jurnal Impresi Indonesia ( JII ). *Jurnal Impresi Indonesia*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.58344/jii.v3i10.5646>
- Hasibuan, A. N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Funding Di Pt.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 2(1). <https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.1032>
- Hermika Pinem, Indri Sri Asdini Silaban, Monika Ayu Lumbantoruan, & Lenti Susanna Saragih. (2023). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Marketing Mix Pada Mikari Bakery. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(6), 370–378. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i6.2390>
- Mardiyanto, E. (2021). Implementasi Marketing Mix Dalam Pemasaran Perbankan Syariah. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(1), 93–103. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v9i1.227>
- Maulida Jam'ah, & Ahmad Amin Dalimunthe. (2022). Analisis Produk Tabungan Wadiah Dan Mudharabah Di Bsi Kcp Medan Pulo Brayon. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(3), 257–268. <https://doi.org/10.51903/jupea.v2i3.354>
- Mufaini, L. A., Mutia, A., Ismadharliani, A., Islam, U., Sulthan, N., & Saifuddin, T. (2024). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan Emas ( Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian )*. 5(3), 512–523.
- Muflihatin, S. I., Nursamsi, & Muttaqin, M. K. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 76–87. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Musawwa, M. A. Al, & Hanifah, L. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Dan Umroh Ib Pada Btn Syariah Kcps Gresik. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 6(November), 669–684. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/15201>
- Musdalifah, I., Putri, D. C., & Putri, N. A. (2023). Implementasi Pembukaan Tabungan Ib Hijrah Haji Melalui Mdin Pada Bank Muamalat Kc Jember Implementation of Opening Ib Hijrah Hajj Savings Through Mdin At Bank Muamalat Kc Jember. *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(4), 922–928.
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>
- Saleh, M., Sinaga, A., & Mahmudiyah, S.-J. (2023). JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah. *JEKSya Jurnal*, 2(1), 285–297.
- Tabungan, P., Bank, D., Syariah, J., Cabang, K., Sari, S. F., & Hasanah, H. (2025). *Jurnal Penelitian Nusantara Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap*. 1(21), 183–188.