

Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember

Sinta Fatmala Sari¹, Sulfaunsilah², Hikmatul Hasanah³

¹ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

² Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

³ Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

¹sinnttfatmalas@gmail.com, ²sulfaunsilah@gmail.com, ³hikmahhasanah@uinkhas.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia terus meningkat, namun potensi pasarnya masih belum dimanfaatkan secara maksimal karena mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim tetapi pangsa pasar bank syariah secara nasional belum seberapa apabila dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional yang masih di atas bank syariah. Oleh karena itu, Bank Syariah perlu memiliki produk berkualitas tinggi yang dapat membangun kepercayaan masyarakat serta strategi pemasaran produk yang efektif agar mampu bersaing di pasar perbankan Indonesia yang sangat kompetitif. Berdasarkan uraian tersebut di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap produk-produk tabungan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember berhasil menarik minat masyarakat untuk menabung di bank di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Adapun analisis ini menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi). Product yang ditawarkan beragam dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah dan tentunya berdasarkan prinsip syariah. Price yang diberikan kepada nasabah terjangkau disesuaikan dengan produk yang dibutuhkan nasabah. Place yang dipilih yakni lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah. Promotion yang dilakukan yaitu dengan membuka booth di suatu event, promosi personal, sosialisasi, memanfaatkan media sosial dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Tabungan

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan yang usahanya menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat, dan juga menyediakan layanan keuangan lainnya merupakan pengertian dari bank. Di Indonesia, sistem perbankan yang diterapkan adalah Dual Banking System, dimana terdapat dua macam perbankan yang beroperasi dan di akui. Kedua perbankan tersebut yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perbankan yang mengandalkan suku bunga dalam kegiatan usahanya disebut perbankan konvensional, sedangkan suku bunga dalam operasional perbankan syariah tidak berlaku dan menggunakan mekanisme lain, seperti bagi hasil, fee dan penetapan margin. Secara lebih rinci, terdapat berbagai perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah, baik dari segi filosofi keberadaannya, mekanisme operasionalnya, maupun ketentuan-ketentuan lain yang menyertainya. Salah satu penerapan ekonomi syariah Islam adalah perbankan syariah yang bertujuan untuk menerapkan ajaran Islam dan nilai-nilai Islam dalam mengatur perekonomian umat, dengan mempertimbangkan aspek-aspek ajaran Islam secara luas dan menyeluruh (Hakim, 2021).

Berdasarkan Undang-Undang (UU) Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah menetapkan bahwa bank syariah menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah—hukum Islam yang ditetapkan dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia—. Mereka termasuk universalisme (alamiyah), kemaslahatan (maslahah), keadilan dan keseimbangan (*adl wa tawazun*), dan larangan gharar, maysir, riba, zalim, dan barang haram lainnya. Selain itu, UU Perbankan Syariah mengamanatkan bank syariah untuk berpartisipasi dalam organisasi sosial seperti baitul mal dan mengumpulkan uang dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau sumber sosial lainnya dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai keinginan pemberi wakaf (*wakif*). Selain itu bank syariah juga diawasi oleh Dewan Syariah Nasional dari Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) untuk menjaga konsistensi dalam menjalankan aktivitas perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Aspek pengawasan juga diuraikan dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah. Dengan undang-undang tersebut, MUI melalui DSN-MUI diberi instruksi untuk diberikan kewenangan dalam menerbitkan fatwa mengenai kesesuaian syariah dari produk-produk yang ada di perbankan. Ketetapan ini didasarkan pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) yang mengatur bahwa semua produk perbankan syariah hanya dapat ditawarkan kepada publik setelah bank mendapatkan fatwa dari DSN-MUI dan memiliki izin dari OJK.

Perbankan syariah telah mencapai kemajuan yang konsisten dan positif pada tahun 2024 di Indonesia. Kinerja perbankan syariah terus meningkat dari tahun ke tahun, terutama terkait dengan peningkatan aset dan pembiayaan, dengan total aset mencapai 831,95 triliun pada September 2023, dengan peningkatan 10,94% dari tahun sebelumnya dan memiliki pangsa pasar sebesar 7,27%. Dana Pihak Ketiga (DPK) juga meningkat sebesar 9,26% mencapai 637,63 triliun, sedangkan pembiayaan meningkat sebesar 14,66% menjadi 564,37 triliun. Aset total mencapai Rp 749,53 triliun pada 2022, naik dari Rp 631 triliun pada 2021 (Anggraini & Fasa, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir, bank syariah di Indonesia telah berkembang pesat. Berbagai faktor pendorong mempengaruhi perkembangan ini. Salah satu faktor utama adalah peningkatan persepsi publik tentang prinsip-prinsip Syariah dalam kegiatan keuangan yang menyebabkan peningkatan permintaan untuk produk dan layanan dari bank syariah di Indonesia. Selain itu pemerintah Indonesia juga sangat berperan penting dalam mendukung perkembangan perbankan syariah melalui berbagai kebijakan dan insentif. Fokus pemerintah telah bergeser dari sekedar mempromosikan perbankan syariah menuju penciptaan ekosistem keuangan syariah yang lebih luas dalam beberapa tahun terakhir ini (Tuzuhro, Rozaini, & Yusuf, 2023).

Meskipun pertumbuhan perbankan syariah terus meningkat, namun potensi pasarnya masih belum dimanfaatkan secara maksimal karena mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim tetapi pangsa pasar bank syariah secara nasional belum seberapa apabila dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional yang masih diatas bank syariah. Mayoritas umat Islam masih loyal terhadap produk dan layanan perbankan yang disediakan oleh bank konvensional. Karena itu, diperlukan strategi yang efisien untuk menguasai pasar atau memenangkan persaingan. Tidak gampang untuk meraih kemenangan dalam persaingan di sektor Perbankan Indonesia, khususnya dalam sistem Perbankan konvensional. Dari sudut pandang sejarah, masyarakat Indonesia telah mengakui keberadaan sistem perbankan tradisional. Di samping itu, model aplikasi dari sistem perbankan konvensional yang mengandalkan bunga sebagai imbalan sangat mudah diterapkan dan dipahami oleh masyarakat umum. Untuk dapat bersaing di sektor perbankan Indonesia yang sangat kompetitif, Bank Syariah perlu menawarkan produk berkualitas yang menarik bagi masyarakat dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif (Nurfaida, 2021).

Menurut Tjiptono, strategi pemasaran adalah alat penting untuk mencapai tujuan perusahaan karena memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan daya saing melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar tersebut. Dalam strategi pemasaran mereka, bank syariah harus mengutamakan kebutuhan pelanggan dan menyediakan layanan perbankan yang berkualitas tinggi, kompetitif, dan mudah dipahami. Ada banyak cara untuk melakukan upaya pemasaran, salah satunya adalah bauran pemasaran, yang didefinisikan McCarthy sebagai aktivitas bauran pemasaran dengan 4 P: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion) (Ningsih & Maika, 2020).

Pada proses pemasaran, setiap bank syariah memiliki cara maupun strategi masing-masing dalam memasarkan produknya untuk menarik minat masyarakat karena di Indonesia terdapat beberapa bank syariah salah satunya yaitu Bank Jatim Syariah. Bank Jatim Syariah tersebar di beberapa wilayah salah satunya yaitu di Jember. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember merupakan unit usaha syariah dari Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (Bank Jatim) yang menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah. Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember menawarkan produk tabungan sebagai salah satu produk unggulannya. Tabungan syariah dari Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember menawarkan berbagai keistimewaan yaitu salah satunya kepastian pengelolaan dana yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk tidak adanya riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian).

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana metode pemasaran yang digunakan oleh Bank Jatim Syariah khususnya di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember dalam meningkatkan ketertarikan masyarakat pada produk-produk tabungan yang terdapat di Bank Jatim Syariah. Untuk mencapai tujuan ini, maka dari itu peneliti mengangkat judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember” sebagai judul dari penelitian ini.

METODE

Metode penelitian yang diterapkan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mendalam dan terperinci mengenai strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan untuk meningkatkan ketertarikan masyarakat terhadap produk tabungan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Penelitian ini dilakukan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember dengan teknik pengumpulan data dalam bentuk wawancara (interview) dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yakni yang memiliki pengalaman dan pengetahuan relevan dengan topik penelitian yang diangkat. Dalam penelitian ini, jumlah informan yang dipilih adalah 3 orang, sesuai dengan kecukupan informasi yang diperlukan. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2025. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember melalui wawancara dengan Pemimpin Bidang Operasional, Penyelia Operasional Dana, dan Service Assistance. Pedoman wawancara yang telah disiapkan sebelumnya digunakan untuk melakukan wawancara. Pedoman wawancara memuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Dengan wawancara yang mendalam dan terbuka, informan dapat memberikan jawaban yang lebih jelas, akurat, dan terperinci.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember

Sebelum memasarkan produk Tabungan, Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember merencanakan strategi bauran pemasaran (Marketing Mix), yang terdiri dari 4P: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember untuk menerapkan strategi bauran pemasaran (Marketing Mix):

a. Produk (*Product*)

Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember menawarkan beragam produk tabungan menggunakan prinsip syariah yang dapat digunakan oleh masyarakat. Menurut Ibu Deliya Rosadiana Dwi Mustafa selaku *Service Asistance* Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember bahwasannya penerapan strategi pemasaran pada seluruh produk tabungan regular maupun non regular yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember yaitu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan serta keinginan nasabahnya, dengan cara memberikan fasilitas dan kemudahan bertransaksi yang ada di dalam karakteristik pada setiap jenis produk tabungan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Untuk memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat yang beragam, Bank Jatim menawarkan berbagai jenis tabungan yang didasarkan pada prinsip syariah, di antaranya adalah:

1. Tabungan Barokah

Tabungan Barokah adalah salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember dalam mata uang IDR yang dikelola menggunakan prinsip syariah dengan Akad Mudharabah Muthlaqah. Memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Tabungan barokah juga memiliki banyak keuntungan. Dananya aman dan tersedia setiap saat, dapat dibuka atas nama individu, yayasan, badan hukum, atau lembaga lainnya, dan dapat melakukan transaksi secara online di seluruh jaringan Bank Jatim, baik Kantor Cabang Syariah maupun Kantor Layanan Syariah. Untuk membuka tabungan barokah, persyaratannya yaitu fotokopi identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport untuk WNI, Passport dan KIMS/KITAS untuk WNA) harus dilampirkan.

2. TabunganKU IB

Salah satu jenis tabungan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan hukum syariah adalah TabunganKU IB. Dengan menggunakan konsep Wadiah Yadh Dhamanah, yaitu menempatkan simpanan dana nasabah sebagai titipan dan dapat ditarik kapan saja sesuai keinginan nasabah. Yang mana produk ini telah diterbitkan secara bersama dan telah diperkenalkan oleh berbagai bank di Indonesia dengan tujuan untuk mendorong kebiasaan menabung dan meningkatkan kesejahteraan. Manfaat tabungan ini antara lain bebas biaya pengelolaan rekening bulanan, bonus bulanan yang diberikan sesuai kebijakan Bank Jatim Syariah, dana aman dan selalu tersedia disetiap saat, serta dapat bertransaksi secara online di seluruh jaringan Bank Jatim, termasuk Kantor Cabang Syariah dan Kantor Layanan Syariah. Fotokopi kartu identitas yang masih berlaku (KTP/SIM/Paspor bagi warga negara Indonesia) wajib disertakan saat membuat rekening tabungan TabunganKU IB.

3. Tabungan Sempel IB

Tabungan IB Simple merupakan rekening tabungan yang sesuai dengan prinsip syariah dan dikelola dalam mata uang IDR. Tabungan ini dibuat khusus untuk para pelajar, dengan aturan yang mudah dipahami dan fitur-fitur yang menarik untuk mendorong kebiasaan menabung di kalangan pelajar Indonesia sejak usia muda. Tabungan ini menggunakan akad Wadiah Yadh Dhamanah, yang memungkinkan penarikan dana kapan saja dan simpanan dana nasabah diperlakukan sebagai titipan. Manfaat tabungan ini antara lain dana aman dan tersedia setiap saat serta dapat digunakan untuk bertansaksi secara online di seluruh jaringan Bank Jatim, termasuk Kantor Layanan Syariah dan Kantor Cabang Syariah. Keunggulan lainnya yaitu bebas biaya pengelolaan rekening bulanan dan bonus bulanan yang diberikan sesuai kebijakan dari Bank Jatim Syariah. Warga Negara Indonesia (WNI) perorangan yang berusia di bawah 17 tahun atau tidak memiliki KTP dan berstatus pelajar Paud/TK/SD/SMP/SMA atau Madrasah (MI,MTS,MA) wajib memenuhi syarat untuk dapat membuat rekening tabungan Sempel IB.

4. Tabungan Umroh IB Amanah

Tabungan Umroh IB Amanah merupakan simpanan dalam mata uang IDR Yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad Wadiah Yad Dhamanah dimana simpanan nasabah diperlakukan sebagai titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Keunggulan dari tabungan ini diantaranya bebas biaya pengelolaan rekening bulanan dan bebas memilih travel rekanan Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuka rekening tabungan Umroh IB Amanah yakni melampirkan fotocopy identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport untuk WNI).

5. Tabungan Haji IB Amanah

Tabungan Haji IB Amanah merupakan simpanan dana dalam mata uang IDR yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Tabungan dikhususkan bagi nasabah yang berniat untuk menunaikan haji menuju Baitullah dengan sistem setoran bebas atau bulanan. Keunggulan dari tabungan ini diantaranya bebas biaya administrasi bulanan dan biaya penutupan rekening. Persyaratan yang harus dipenuhi

dalam membuka rekening tabungan Haji yakni melampirkan fotocopy identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport untuk WNI).

6. Tabungan Santri

Tabungan Santri merupakan suatu simpanan dana mata uang IDR yang dikelola berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Tabungan dikhususkan untuk santri, pelajar/alumni yang pernah bersekolah di lembaga pendidikan islam. Keunggulan dari tabungan ini diantaranya bebas biaya administrasi tabungan serta biaya administrasi kartu ATM yang terjangkau. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuka rekening tabungan Santri yakni melampirkan bukti identitas diri yang tengah bersekolah/alumni dari lembaga pendidikan islam.

7. Tabungan Rencana IB Barokah

Tabungan Rencana IB Barokah merupakan simpanan dana mata uang IDR yang dikelola berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Tabungan yang digunakan untuk perencanaan di masa depan menggunakan mekanisme autodebet setoran rutin bulanan yang bermanfaat untuk menyiapkan rencana masa depan seperti: umroh/ haji, kuliah, pembelian hewan qurban dan lain-lain. Keunggulan dari tabungan ini diantaranya bebas memilih tanggal untuk penyetoran saldo rekening sumber, rekening sumber dapat menggunakan rekening Bank Jatim Konvensional maupun Syariah. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuka rekening tabungan Rencana IB yakni melampirkan fotocopy identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport untuk WNI).

8. Tabungan Pensiun IB Barokah

Tabungan Pensiun IB Barokah merupakan simpanan dana mata uang IDR yang dikelola berdasarkan prinsip syariah menggunakan akad Mudharabah Muthlaqah. Tabungan yang dikhususkan bagi nasabah yang telah terdaftar di lembaga pengelolaan pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank Jatim Syariah. Keunggulan dari tabungan ini diantaranya dana aman dan tersedia setiap saat, bebas biaya pengelolaan rekening bulanan dan dapat bertransaksi secara online diseluruh jaringan Bank Jatim, Kantor Cabang Syariah maupun kantor layanan Syariah. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam membuka rekening tabungan Rencana IB yakni melampirkan fotocopy identitas diri yang masih berlaku (KTP/SIM/Passport untuk WNI).

Berdasarkan hasil wawancara mengenai produk tabungan, dapat dikatakan bahwa penerapan produk tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan nasabah dengan memberikan kemudahan dan keuntungan untuk para nasabah.

b. Harga (*Price*)

Selain produk tabungan yang beragam dan menarik Bank Jatim Syariah juga menawarkan produk tabungan dengan harga yang terjangkau dan kompetitif dengan produk tabungan lainnya tentunya juga berdasarkan dengan prinsip syariah. Dengan menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember menjadi pilihan yang tepat bagi calon nasabah yang ingin mengelola keuangan dengan bijak tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Ibu Deliya Rosadiana Dwi Mustafa selaku *Service Assistance* Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember mengatakan dengan harga yang terjangkau, nasabah akan diberikan fasilitas sesuai dengan produk tabungan yang dipilih sehingga dapat membantu calon nasabah dalam mencapai tujuan keuangannya. Menariknya Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember juga memiliki produk Santri yang mana memiliki setoran awal yang rendah mulai dari Rp.5.000, fasilitas buku tabungan, kartu ATM, e-Chanel dan bebas biaya administrasi. Selain itu Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember juga memiliki produk Tabungan Barokah yang dimana tabungan ini dapat dibuka oleh masyarakat umum dengan pembukaan rekening mulai dari Rp.50.000 calon nasabah telah di fasilitasi buku tabungan dan E-banking (ATM, SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking). Selanjutnya produk TabunganKU pembukaan rekening minimal sebesar Rp.20.000 dan Tabungan Sempel pembukaan rekening mulai dari Rp.1.000 calon nasabah akan diberi Fasilitas Buku Tabungan. Dan yang terakhir Tabungan Haji IB Amanah, Tabungan Umroh IB Amanah, Tabungan Rencana IB Barokah pembukaan rekening mulai dari Rp.100.000 calon nasabah akan diberi Fasilitas Buku Tabungan. Dengan demikian dari beragam produk tabungan tersebut dengan harga yang terjangkau, fasilitas yang memadai dan terpercaya membuat masyarakat tertarik untuk menabung di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember.

c. Tempat (*Place*)

Dalam strategi tempat atau distribusi yang dilakukan yakni dengan survei langsung ke lapangan yang ditargetkan seperti lembaga pendidikan maupun pesantren. Selain itu juga target lokasi yang biasa dipilih yakni tempat yang strategis dalam memasarkan produk tabungan melalui event-event tertentu yang diadakan di pusat perbelanjaan (mall), lembaga atau instansi saat bersamaan dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh lembaga/instansi tersebut sehingga dapat lebih mudah dalam menjangkau nasabah atau calon nasabah. Selain itu juga melakukan prospek di daerah Tapal Kuda yakni Banyuwangi, Bondowoso, Situbondo, Lumajang, Bondowoso yang merupakan wilayah koordinat Bank Jatim Cabang Syariah Jember. Berdasarkan hasil wawancara bersama Ibu Yessi Indri Ariyanti selaku *Pemimpin Bidang Operasional* dapat dipahami bahwa dalam strategi tempat atau distribusi yang dilakukan Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember yaitu dengan melakukan penawaran secara langsung atau bersosialisasi kepada para nasabah ataupun kepada calon nasabah yang datang langsung ke kantor dan juga melakukan prospek langsung ke lapangan yang telah ditargetkan seperti lembaga instansi pendidikan maupun pesantren di daerah sekitar Tapal Kuda.

d. Promosi (*Promotion*)

Menurut Ibu Yessi Indri Ariyanti selaku *Pemimpin Bidang Operasional* dan Bapak Sendra Tirta Pratama sebagai *Penyelia Operasional Dana* bahwa strategi promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara melalui iklan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan personal. Dalam hal ini strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember diantaranya:

1. Pemasaran dengan periklanan (*Advertising*)
Media periklanan seperti website Bank Jatim, brosur, televisi, surat kabar, majalah, dan media sosial Bank Jatim Syariah digunakan untuk memasarkan produk Tabungan Bank Jatim Syariah.
2. Pemasaran dengan promosi penjualan (*Sales Promotion*)
Bank Jatim Syariah menyajikan produk-produknya dengan cara yang mudah diingat oleh nasabah sebagai bagian dari upaya pemasarannya. Seperti membuka booth di lokasi yang mengadakan event tertentu dan bersosialisasi langsung di sekolah, pesantren atau tempat keramaian yang strategis dalam menjangkau calon nasabah sehingga cara ini dapat menarik calon nasabah untuk menabung di Bank Jatim Syariah.
3. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)
Bank Jatim Syariah membangun hubungan yang sangat baik dengan berbagai kalangan atau bergabung dalam komunitas atau kelompok ke instansi-instansi yang potensial merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah. Dalam promosi ini Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember melakukan hubungan baik dengan pihak sekolah maupun pesantren.
4. Pemasaran Dengan Penjualan Secara Personal (*Personal Selling*)
Pada bagian pemasaran ini diterapkan dengan cara petugas Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember melakukan kunjungan langsung kepada calon nasabah yang akan diprospek untuk memberikan penawaran dan pengenalan produk baik kepada calon nasabah perorangan maupun lembaga/instansi/kelompok.
5. Pemasaran Secara Langsung (*Direct Marketing*)
Pemasaran atau penarawan produk juga bisa dilakukan secara langsung dengan nasabah yang datang langsung ke kantor, pegawai yang bertugas di *front liner* wajib melakukan *cross selling* kepada nasabah yang akan bertansaksi. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan di Bank Jatim Syariah tidak hanya memiliki satu produk saja namun bisa memanfaatkan produk lebih dari satu.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasannya strategi *personal selling* merupakan strategi yang cukup efektif karena dapat lebih menggali kebutuhan yang diharapkan calon nasabah, lebih mengenal secara personalitinya, sehingga kebutuhan calon nasabah dapat lebih diakomodir dengan baik dengan memberikan solusi terbaik untuk layanan terhadap nasabah.

Hasil Strategi Yang Telah Dilakukan Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Tabungannya

Pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember cukup efektif dalam menarik minat masyarakat untuk menabung Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Dengan adanya strategi pemasaran yang dilakukan memberikan efek yang sangat baik sehingga saat ini banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan dan produk dari Bank Jatim Syariah. Strategi pemasaran yang efektif ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat untuk membuka rekening tabungan di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Hal tersebut terlihat dari peningkatan jumlah nasabah tiap bulannya yang diperkirakan meningkat sebesar 5% hingga 20% . Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Efektivitas pemasaran Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember tidak terlepas dari strategi pemasaran yang terarah dan relevan dengan target pasar dan juga mampu mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga pesan pemasaran yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Di samping itu, produk tabungan dari Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember memiliki berbagai keunggulan yang bisa menarik perhatian masyarakat untuk menabung di sana. Keunggulan produk tabungan tersebut yang dapat menarik masyarakat untuk menabung meliputi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah, variasi jenis tabungan, setoran awal yang terjangkau, biaya administrasi yang sangat rendah, fitur dan fasilitas menarik, serta keamanan karena diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Salah satu pemasaran yang cukup efektif dari berbagai jenis pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember adalah promosi secara personal yang dilakukan oleh para karyawan kepada calon nasabah. Interaksi secara personal memungkinkan karyawan untuk membangun hubungan yang lebih personal dan meyakinkan calon nasabah. Karyawan secara aktif mendekati masyarakat, menjelaskan keunggulan produk tabungan secara tatap muka, dan menjawab pertanyaan secara detail. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih personal dan kepercayaan yang lebih besar, karena calon nasabah merasa diperhatikan dan dihargai. Keberhasilan strategi ini sangat ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. Sumber daya manusia merujuk pada kemampuan yang dimiliki oleh individu, termasuk kemampuan untuk berpikir, berkomunikasi, bertindak, dan bersikap moral dalam menyelesaikan tugas tertentu (Rofiki & Hasanah, 2024). Karyawan yang kompeten, berpengetahuan luas tentang produk, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik akan mampu menjalankan promosi personal dengan efektif. Investasi pada

pengembangan SDM, seperti pelatihan dan pengembangan keterampilan, menjadi kunci untuk memastikan keberhasilan strategi pemasaran ini.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember telah terbukti efektif dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk-produknya. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember telah berhasil memahami kebutuhan dan preferensi masyarakat, serta mampu mengkomunikasikan nilai-nilai dan keunggulan produk-produknya secara efektif. Dengan terus berinovasi dan meningkatkan strategi pemasaran, Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember dapat terus berkembang dan menjadi pilihan utama masyarakat dalam menabung.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan yang diterapkan oleh Bank Jatim Kantor Cabang Jember telah sesuai dengan konsep bauran pemasaran (Marketing Mix) 4P. Strategi ini meliputi: Strategi Produk (Product): Bank Jatim menawarkan berbagai jenis produk tabungan, seperti Tabungan Barokah, TabunganKU IB, dan lain-lain, Strategi Harga (Price): Biaya administrasi yang terjangkau dan disesuaikan dengan kebutuhan nasabah, Strategi Tempat (Place): Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau nasabah, Strategi Promosi (Promotion): Bank Jatim menggunakan berbagai cara efektif dalam mempromosikan produk tabungan, seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Dari berbagai strategi pemasaran yang dilakukan, strategi penjualan personal (personal selling) terbukti cukup efektif dalam mempromosikan produk tabungan. Strategi ini memungkinkan nasabah untuk bertransaksi dengan pihak bank secara langsung dan dilakukan oleh para karyawan kepada calon nasabah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terlaksana tanpa adanya kerjasama dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh karyawan Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember yang telah memberikan dukungan dan bantuannya selama proses penelitian berlangsung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Hikmatul Hasanah atas dukungan, dorongan, dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penelitian ini hingga sampai ke tahap publikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, M., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di Perbankan Syariah. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara, Vol.1(5)*, 7333.
- Aryanti, Y. I. (2025, Januari 24). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. (S. F. Sari, & Sulfaunsilah, Pewawancara) Jember.
- Hakim, L. (2021). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pamekasan : Duta Media Publishing .
- Mustafa, D. R. (2025, Januari 17). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di Bank Jatim Syariah Jember. (S. F. Sari, & Sulfaunsilah, Pewawancara) Jember.
- Ningsih, D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.6(3)*, 694.
- Nurfaida, I. (2021). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah (Studi PT. Bank Muamalat KCP Palopo). *Skripsi IAIN Palopo*, 4.
- Pratama, S. T. (2025, Januari 23). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Terhadap Produk Tabungan Di Bank Jatim Syariah Kantor Cabang Jember. (S. F. Sari, & Sulfaunsilah, Pewawancara) Jember.
- Rofiki, A., & Hasanah, H. (2024). Pengaruh Kompensasi Dan Stres Kerja Terhadap Turnover Karyawan Pada Bank Rakyat (BRI) Cabang Jember. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah, Vol.4(2)*, 680.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- Tuzuhro, F., Rozaini, N., & Yusuf, M. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi, Vol.11(2)*, 79