ANALISIS MEKANISME PROMOSI PRODUK TABUNGAN SIMPEL (SIMPANAN PELAJAR) DI PT.BANK SYARIAH INDONESIA KC.PADANG IMAM BONJOL

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

SONIA ANDIRA PUTRI

NIM : 3320179

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TAHUN AKADEMIK 2024 M/1445 H

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "**Analisis Mekanisme Promosi Produk Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) Di PT. Bank Syariah Indonesia KC. Padang Imam Bonjol"** Ditulis Oleh Sonia Andira Putri, Nim 3320179 Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi. Penelitian ini di latar belakangi oleh pentingnya Promosi Produk Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Mekanisme promosi tabungan simpanan pelajar ini di PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang bersifat deskripstif kualitatif. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research)* . Teknik data yang digunakan dengan melakukan observasi,wawancara,dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Customer Service.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa mekanisme Promosi produk tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) di PT Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol dengan Strategi Promosi yaitu, *Personal selling*(Penjualan Tatap muka), *Advertising* (Periklanan), *Sales Promotion*(Sales Promosi), *Public Relations* (Publisitas), *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung). Kendala dalam promosi produk tabungan simpanan pelajar yaitu kurangnya ketertarikan para pelajar dalam menabung, kurangnya sumber daya manusia dalam melaksanakan pemasaran, kurangnya jaringan kantor, kurangnya pengetahuan, pemahaman produk.

Kata Kunci : *Mekanisme; Promosi; Tabungan SimpeL*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah segala puji dan syukur hanya milik Allah SWT tuhan semesta alam, karna rahmat, karunia dan hidayahnya yang berupa ilmu pengetahuan petunjuk, kesehatan sehingga ananda dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Mekanisme Promosi Produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) Di PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol".** Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan Juga keluarga serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalannya. Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi program S1 Perbankan Syariah dengan jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak yang berkaitan secara langsung atau tidak langsung. Terutama kepada orang tua tercinta yakni Ayahanda(Yusri Tanjung) dan Ibunda (Ema Andriani) yang tak henti-henti nya memberikan support,doa, dan kebutuhan materi juga non materinya sehingga penulis tetap termotivasi dalam proses skripsi. Orang tuaku makasih, karna kasih sayang dan perhatian kalian ga pernah habis untuk anakmu ini. Atas keterselesaiannya skripsi ini tak lupa ananda mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak turut berperan dalam proses penyelesaiannya.

Selanjutnya penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibuk **Prof.Dr. Ridha Ahida,M.HUM** selaku Rektor Universitas Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak **Dr.Asyari,S.Ag.M.Si** Selaku wakil rektor I, ibu **Dr.Zulhelmi Sesmiati,M.Pd** selaku wakil rektor II dan Bapak **Dr. Arman Husni,LC.,MA** selaku wakil rektor III.
3. Ibuk **Dr.Hesi Eka Putri, SE,.M.SI** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Bukittinggi
4. Ibu **Dr.Rusyaida.D,M.Ag** selaku wakil dekan I, Bapak **Gusril Basir. M.HUM** selaku wakil dekan II dan Bapak **Dr.H Andriayaldi,M.A** selaku wakil dekan III.
5. Bapak **Baginda Parsaulian SE,.ME** selaku Ketua Program Studi S1 Jurusan Perbankan Syariah UIN Sjech Mdjamil Djambek Bukittinggi.
6. Bapak **H.Raymond Dantes Lc.,M.Ag** selaku penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama menjalani perkuliahan di UIN Bukittinggi.
7. Bapak **Andis Febrian,.MM** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
8. Bapak dan ibuk dosen serta karyawan/i UIN Bukittinggi yang telah membekali penulis dalam berbagai ilmu pengetahuan di perguruan tinggi
9. Pimpinan serta karyawan/i perpustakaan UIN Bukittinggi yang telah

menyediakan fasilitas kepada penulis berbagai macam sumber buku.

10. Kepada Alya fenanda dan Fazlan Ramadhan selaku adik penulis yang telah memberikan semangat, dorongan serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Tidak lupa kepada seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Wulanda Putri Widy Dan Geby Emira Frecelia teman seperjuangan yang telah membantu dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita bisa wisuda diwaktu yang sama.
13. Kepada mahasiswa Program studi Perbankan Syariah angkatan 2020 terkhusus Perbankan Syariah F yang sudah membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Semoga arahan bimbingan dan motivasi yang Bapak dan Ibuk serta rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Dengan kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya Amiinn.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bukittinggi, 2024

Penulis

SONIA ANDIRA PUTRI

3320179

DAFTAR ISI

ABSTRAK
KATA PENGANTAR i
DAFTAR ISI iv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 7
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian 8
F. Penjelasan Judul 9
BAB II LANDASAN TEORI 12
A. Promosi 12
B. Analisis SWOT 22
C. Tabungan 26
D. Bank Syariah Indonesia (BSI) 32
E. Kajian Terdahulu 37
BAB III METODE PENELITIAN 41
A. Jenis Penelitian 41
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian 42
C. Jenis dan Sumber Data 42
D. Metode Pengumpulan Data 43
E. Teknis Analisis Data 44
BAB IV HASIL PENELITIAN 48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 48

B. Hasil dan Pembahasan 66
BAB V PENUTUP..... 79
A. Kesimpulan 79
B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu lembaga keuangan syariah yang khas diIndonesia adalah Bank Syariah Indonesia atau dikenal dengan BSI. Lembaga keuangan syariah ini menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa tabungan. Bank juga dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam bentuk jasa melalui berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme system pembayaran bagi semua sector perekonomian. Bank syariah merupakan bank yang seluruh sistemnya terbebas dari riba oleh karena itu bank dapat mensejahterakan masyarakat. Menabung memungkinkan umat islam merencanakan masa depan dan siap menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Berhemat adalah suatu perbuatan yang dianjurkan oleh islam.[1] Allah menganjurkan untuk menanamkan sifat berhemat dan membelanjakan sebagian harta dijalan Allah untuk hal yang bermanfaat. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur 'an Surah Al-Isra ' ayat 29 :

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُوْلَةً اِلٰى عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُوْمًا مَّحْسُوْرًا

Artinya : "*Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal*." (QS.Al-Isra ' : 29)

[1]Kiki Fatmawati dan Muhammad Ridwan, 'Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PT.Bank Sumut KCPSy Hamparan Perak', *Management,Accounting,Islamic Economic Journal*, 1.2 (2003), 790.

Berdasarkan Q.S Al-Isra ' ayat 29 diaatas dapat dipahami bahwa, ayat ini mengajak untuk bersikap tidak pelit yang menyebabkan seseorang menjadi tercela karena kepelitannya dan anjuran untuk tidak boros yang menyebabkan seseorang menjadi menyesal karena keborosannya tersebut. Boros disini adalah anjuran untuk menyisihkan sebagian harta untuk digunakan bagi keperluan masa depan (Menabung). Di Indonesia lembaga keuangan syariah tidak terbatas pada perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia yang disingkat menjadi BSI . Keberadaan BSI sebagai Salah satu lembaga keuangan syariah, seiring dengan perkembangan lembaga ekonomi dan keuangan islam lainnya di tanah air, mengalami dinamika yang bagus.

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah suatu lembaga yang paling efektif dari lembaga keuangan syariah lainnya, yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa tabungan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat sesuai prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan sesuai dengan UU No 21 Tahun 2008 yang menyatakan bahwa ketentuan pelaksanaan mengenai Bank berdasarkan prinsip syariah ditetapkan oleh Bank Indonesia.dalam kegiatan sehari-hari dalam menghimpun dana dari maupun menyalurkannya kembali kepada masyarakat dengan prinsip syariah yaitu tanpa system bunga sesuai dengan amanah dari undang- undang .[2]

[2]Sheila Angraini, Atika, "Mekanisme Produk Tabungan IB Simpel di Bank SUMUT Syariah KCP HM Yamin*", Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM*), 3.1 (2023), 617.

Salah satu kegiatan usaha yang terdapat di PT Bank Syariah Indonesia (BSI) KC.Padang Imam Bonjol yaitu produk penghimpun dana (funding) tabungan. Dalam pengelolaan tabungan berdasarkan syariat islam yang menggunakan akad wadiah dan akad mudharabah atau bagi hasil ini sifatnya investasi untuk masyarakat yang ingin mendapatkan keuntungan dalam menabung atau dalam istilah lain kerja sama antara pihak bank dan nasabah dimana bank boleh memanfaatkan dana yang dititpkan nasabah, kemudian adanya bagi hasil antara pihak bank dan nasabah berdasarkan perjanjian diawal yang telah disepakati bersama .

Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol juga menyediakan yang namanya produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) atau disebut dengan tabungan simpel iB (Islamic Banking). Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol memiliki suatu program yang dinamakan program tabungan “Simpanan Pelajar (Simpel iB)”, tabungan simpanan pelajar adalah tabungan siswa diterbitkan secara nasional oleh bank-bank Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana secara fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak usia dini.

Akad yang digunakan digunakan pada produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) ini menggunakan Akad Wadiah Yad Dhamanah. Akad Wadiah Yad Dhamanah atau “tangan penanggung “. bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/asset yang dititipkan. ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/asset titipkan tersebut untuk aktivitas

perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang atau asset yang dititpkan secara utuhpada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran islam agar asset selalu diusahakan untuk tujuan produktif . Tapi uang atau barang jika itu rusak atau hilang, maka pihak yang dititipi harus bertanggung jawab dan menggantinya. [3]

Jenis tabungan simpel (Simpanan Pelajar) ini diperuntukkan bagi siswa/siswi mulai dari Paud, TK, SD, SMP, SMA, Madrasah (MI,MTs,MA) usianya dibawah 17 tahun dan belum memiliki kartu identitas diri. Namun dapat dibukukan buku tabungannya dengan diketahui orang tua atau dapat diatas namakan sekolah yang berkerja sama dengan bank. Mekanisme untuk membuka produk tabungan simpel (simpanan pelajar) dengan mengisi formulir pembukaan rekening tabungan simpel (simpanan pelajar) serta melengkapi dokumen-dokumen yang wajib dilengkapi oleh para nasabah diantaranya foto copy Kartu pelajar, foto copy Akta kelahiran atau foto copy Kartu Keluarga.

Untuk system pelayanannya dalam pembukaan rekening tabungan simpel (simpanan pelajar) pihak bank mendatangi sekolah-sekolah. Sekolah yang dikunjungi tersebut adalah sekolah yang telah melakukan perjanjian kerja sama dengan pihak bank, dalam melakukan perjanjian tersebut pihak bank menyediakan permohonan tabungan data ahli waris, dimana data ahli waris ini di isi dengan nama kepala sekolah lalu di tanda tangani oleh kepala sekolah sendiri. Apabila kerja sama itu tidak terjadi maka pihak bank dan pihak sekolah tidak terikat perjanjian kerjasama.

[3] Sheila Nanda Muhaeni and others, ‘ Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah’, *Jurnal Of Sharia Economics (MUSE),* 2.1 (2022), 35.

Tabungan Simpel iB selain sebagai sarana edukasi juga untuk perencanaan biaya pendidikan siswa dimasa yang akan datang, dimana setoran dilakukan 3 kali dalam seminggu. Sekolah yang dikunjungi tersebut adalah sekolah yang telah melakukan kerja sama dengan pihak bank, dalam melakukan kerja sama, data ahli waris di isi dengan nama kepala sekolah lalu di tanda tangani oleh kepala sekolah tidak terikat perjanjian kerja sama. Untuk Pembukaan rekening tabungan simpel (Simpanan Pelajar) ini cukup dengan uang minimal Rp.1000, dan setiap menabung juga bisa dengan uang minimal Rp.1.000 serta tidak dipungut biaya apapun bagi siswa/siswi yang ingin membuka rekening tabungan.

Berdasarkan Hasil Observasi dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) pada PT.Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol setiap tahunnya mengalami penurunan. Jumlah nasabah produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) pada PT. Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol sepanjang periode 2020-2022 terlihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar)

PT.BSI KC.Padang Imam Bonjol

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Total Dana Pertahun
1.	2020	842 Nasabah	Rp. 307.330.000,-
2.	2021	1104Nasabah	Rp. 402.960.000,-
3.	2022	550 Nasabah	Rp. 200.750.000,-

Sumber Data: PT.Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol

Berdasarkan tabel 1, terlihat bahwa jumlah nasabah produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) PT.BSI KC. Padang Imam Bonjol dari tahun 2020-2022 setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan. Seperti pada tahun 2020 terdapat 842 nasabah dengan jumlah pembiayaan Rp. 307.330.000, sedangkan pada tahun 2021 meningkat sebanyak 1104 nasabah dengan jumlah Rp. 402.960.000, dan tahun 2022 terjadi penurunan dengan jumlah 550 nasabah dengan jumlah pembiayan Rp. 200.750.000.

Berdasarkan data bahwa jumlah nasabah produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) di PT.BSI KC.Padang Imam Bonjol pada tahun 2022 menurun. Dimana disebabkan oleh pihak BSI KC Padang imam Bonjol minimnya informasi mengenai keberadaan bank, sehingga pada saat penawaran produk masyarakat ragu atas penawaran tersebut. Kalah saing dengan bank-bank konvensional. Kurang efektif melakukan kunjungan, kurangnya promosi tentang produk tabungan simpanan pelajar disekolah-sekolah. Disamping itu, permasalahan di Bank Syariah Indonesia (BSI) [4]dimana pihak bank kurang optimal dalam mendatangi sekolah-sekolah, dimana sebelumnya pihak bank sudah menargetkan untuk datang berkunjung ke sekolah-sekolah satu kali dalam seminggu guna mengajak atau mengenalkan produk tabungan simpel (Simpanan Palajar) ini ke nasabah yang ingin membuka rekening tabungan simpel (Simpanan Pelajar) di BSI KC Padang Imam Bonjol. Tetapi hal itu tidak optimal dimana pihak bank datang hanya satu kali dalam seminggu.

[4] Hasil Observasi dan Wawancara dengan staff pegawai Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol Pada Hari Selasa, 2 Januari 2024'.

Produk tabungan simpel merupakan produk yang masih kurang peminat karena rendahnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk yang masih kurang peminat karena rendahnya pengetahuan dan pemahaman tentang produk tersebut. Karena memang banyak yang belum memahami dan mengerti apa keuntungan menabung sejak usia dini. Banyak upaya pihak bank untuk menarik nasabah seperti membagikan brosur dan mengikuti event disekolah ,nemun memang jumlah nasabahnya belum ada peningkatan yang optimal dan mengalami fluktuasi.

Berdasarkan pada penjelasan diatas ,maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Mekanisme Promosi Produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar)Di PT.BSI KC.Padang Imam Bonjol".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas ,maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penurunan jumlah nasabah pada produk tabungan simpel (simpanan pelajar) di PT BSI KC Padang Imam Bonjol
2. Kunjungan yang dilakukan oleh PT. BSI KC.Padang Imam Bonjol kesekolah- sekolah masi kurang gencar
3. Masih Rendahnya pengetahuan dan pemahaman peminat tabungan Simpel

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan memperjelas ruang lingkup dalam penelitian ini, maka penulis memfokuskan kajian penelitian ini tentang

mekanisme promosi produk tabungan simple (Simpanan Pelajar) di PT. BSI KC.Padang Imam Bonjol.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, Perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme promosi tabungan simpanan pelajar (Simpel iB) di PT .Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol ?
2. Apa saja keunggulan dan kelemahan produk tabungan simpanan pelajar (simpel iB) di PT.Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol?

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis mekanisme pelaksanaan tabungan simpanan pelajar (simpel iB) pada PT. Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol.
2. Untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan tabungan simpanan pelajar (Simpel iB) pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. PadangImam Bonjol

Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini bagi akademis, praktis, maupun teoritis adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah (S1) pada UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperluas penelitian mengenai mekanisme promosi produk tabungan simpel (Simpanan Pelajar) pada PT.Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol.
3. Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi mengenai mekanisme promosi produk tabungan simple (Simpanan Pelajar) pada PT.Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol.

F. Penjelasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dan dan memperoleh istilah yang sama, maka penulis akan menjelaskan makna dari judul yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

Analisis	Memecah suatu objek menjadi bagian-bagian dan mempelajari bagianbagian itu sendiri serta hubungan diantara mereka untuk memeperoleh pemahaman yang tepat tentang makna keseluruhan
Mekanisme	Prosedur atau proses perolehan metode secara teratur untuk menghasilkan suatu bentuk tujuan yang diwujudkan sesuai dengan keinginan yang direncanakan. Menurut para ahli, mekanisme adalah suatu rangkaian kerja sebuah alat yang

	digunakan dalam menyelesaikan sebuah masalah yang berkaitan dengan proses kerja, tujuannya adalah untuk menghasilkan hasil yang maksimal serta mengurangi kegagalan.[5]
Promosi	Suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau berkomunikasi antara penjual dan pembeli potensial yang bersifat menyebarkan informasi, mem-pengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran untuk menciptakan permintaan atas produk barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.[6]
Produk Tabungan Simpel	Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara maksimal oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur-fitur yang menarik agar mendorong anak-anak untuk menabung sejak dini.
PT BSI KC Padang Imam Bonjol	Sebuah lembaga pembiayaan sebagai penghimpun dana dari masyarakat berupa simpanan ataupun bentuk lainnya, dan menyalurkan kembali kepada

[5] Ayu Anggraini, Dea Roma Dona, M. Alfan Rizky, " Mekanisme Pembuatan Tabungan Mudharabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Al-Falah.", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri,* 3.3 (2023), 186

[6] Sagita Widyawati, Muhammad Iqbal Fasa, Suharto, " Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Peerbankan Syariah", *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi,* 1.3, (2022), 359.

masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sesuai dengan prinsip syariah dan muamalah Islam.

Dari penjelasan judul disimpulkan bahwa Analisis Mekanisme Promosi Produk Tabungan Simpel (Simpanan Pelajar) di PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol adalah untuk mengetahui bagaimana prosedur dalam memperoleh suatu metode secara teratur dan menghasilkan suatu tujuan yang akan dicapai pada mekanisme tabungan simpel (simpanan Pelajar).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi adalah suatu usaha dari penjual dalam menginformasikan barang kepada pembeli, agar pembeli/konsumen itu tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran atas produk/jasa yang dijual atau ditawarkan. [7] promosi merupakan salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut.

Pengertian promosi menurut Kotler dan Amstrong, ”*Promotions means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*”,artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan target konsumen untuk membeli produk tersebut.[8]

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan.

[7] Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Persepsi Religiussitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia*’, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah,* 3.2 (2021), 145.

[8] Makhdaleva Hanura Tajudin, Ade Sofyan Mulazid, ‘Pengaruh Promosi Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (MABRUR) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok’, Jurnal Ekonomi Islam, 8.1 (2017), 22.

2. Bauran Promosi

Bauran Promosi *(promotion mix)* Menggambarkan cara-cara kreatif yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Kotler dan Amstrong mengemukakan bahwa bauran promosi sebagai media komunikasi pemasaran memiliki lima kegiatan utama, yaitu Periklanan *(Advertising),* Penjualan tatap muka *(Personal selling),* Promosi penjualan *(Sales Promotion),* Publisitas *(Publicity),* Pemasaran Langsung *(Direct Marketing).*[9]

a. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling)*

Personal Selling yaitu proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi. Dengan *Personal selling* pemasar mempunyai keluluasaan menyesuaikan pesan guna memenuhi kebutuhan konsumen pada informasi.

Penjualan secara personal selling akan memberikan beberpa keuntungan bank, yaitu antara lain:

1. Bank dapat langsung berttap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.
2. Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk kita langsung dari nasabah, terutama keluhan

[9] Moh Fauzan,Ubay Harun, Sofyan Bachmid, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan iB Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu', *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah,* 1.1 (2019), 42.

yang nasabah sampaikan termasuk informasi dari nasabah tentang bank lain

3. Petugas bank dapat langsung mempengaruhi nasabah dengan berbagai argument yang kita miliki
4. Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah
5. Petugas bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan
6. Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memperhatikan, dan menanggapi bank.

b. Periklanan (*Advertising)*

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan dan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan produk. Tujuan promosi dengan periklanan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan calon nasabah baru.[10]

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti:

1. Pemasangan papan nama dijalan-jalan strategis

[10] Nuryadi Akbar, 'Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah ', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019), 76.

2. Pencetakan brosur baik disebarkan di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan
3. Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis
4. Melalui Koran
5. Melalui Majalah
6. Melalui Televisi
7. Melalui radio
8. Dan menggunakan media lainnya.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion)*

Adalah sebagai macam insentif jangka pendek yang dimaksud untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa. Tujuan dari promosi penjualan sangat beraneka ragam. Melalui promosi penjualan perusahaan dapat menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk pesaing, mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak, meningkatkan impulse *buying* (pembeli tanpa rencana sebelumnya) atau mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengecer.[11]

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

1. Pemberian laba khusus untuk jumlah dana yang relatif besar walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya, untuk simpanan yang jumlahnya besar).

[11] Apri Diana Ariska, 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan', *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 3.2 (2020), 203.

2. Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
3. Pemberian cendera mata, hadiah, serta kenang-kenangan lainnya kepada basabah yang loyal.
4. Promosi dan penjualan lainnya.

Agar iklan yang dijalankan efektif dan efisien, maka perlu dilakukan program periklanan yang tepat. Dalam praktiknya program periklanan yang harus dilalui adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi pasar sasaran dan motif pembeli
2. Tentukan misi yang menyangkut sasaran penjualan dan tujuan periklanan
3. Besarnya anggaran iklan yang ditetapkan
4. Perencanaan, Pengevaluasian, pemilihan, dan pengeksekuasian pesan yang disampaikan kepada audiens sasaran
5. Pemilihan media periklanan yang akan digunakan
6. Mengukur dampak komunikasi dan penjulan[12]

d. Publisitas (*Publicity)*

Publisitas merupakan kegiatan promosi hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberitakan tidak dalam bentuk iklan tetapi berupa berita. Sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi / perusahaan yang disebarluaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita yang

[12] Muhammad Arief Firmansyah Syarifudding, Nuraeni Gani, Muh. Akil Rahman, 'Pengaruh Pengetahuan,Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar', *Jurnal IBEF*, 1.2 (2021), 23.

membuat arti komersial atau suatu perusahaan beserta produknya dapat menjadi perhatian umum.[13]

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti social, serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya.

e. Pemasaran langsung (*Direct Marketing)*

Menurut Kotler, Pemasaran langsung merupakan hubungan langsung dengan konsumen untuk mendapatkan respon yang cepat dan hubungan erat dengan konsumen. Ada 4 unsur-unsur direct marketing yaitu:

1. Sistem yang interaktif
2. Respon
3. Wilayah yang sama
4. Faktor Yang dapat diukur[14]

3. Fungsi Promosi

Berikut fungsi dari promosi yaitu:

a. Memberikan Informasi

Promosi dapat menambah nilai suatu barang dengan memberikan informasi kepada konsumen. Promosi dapat memberikan informasi baik

[13] Muhammad Rasyad Al Fajar, Ifantri , ‘ Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah’, *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4.1 (2021) ,82.

[14] Ananda Putri Setyorini, Fernaldi Anggadha Ratno,’ Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah’, *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 7.2 (2020), 86-87.

tentang harganya, barangnya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan kepada konsumen. Tanpa adanya informasi seperti itu orang segan atau tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang

b. Membujuk dan mempengaruhi

Promosi selain bersifat memberitahukan juga bersifat untuk membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan mengatakan bahwa suatu produk lebih baik dari pada produk lainnya.

c. Menciptakan Kesan (*Image*)

Promosi dapat memberikan kesan tersendiri bagi calon konsumen untuk produk yang diiklankan, sehingga pemasar menciptakan promosi sebaik-baiknya misalnya untuk promosi advertising dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk, dan layout yang menarik.

d. Promosi merupakan suatu alat mencapai tujuan

Promosi dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yaitu untuk menciptakan pertukaran yang efisien melalui komunikasi, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara yang efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

4. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang sasaran

perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya. Ada tujuan promosi diantaranya :[15]

a. Modifikasi tingkah laku

Pasar merupakan tempat pertemuan orang-orang yang hendak melakukan suatu pertukaran di mana orang-orangnya terdiri atas berbagai macam tingkah laku. Begitu juga dengan pendapat mereka tentang suatu barang atau jasa, ketertarikan, keinginan, dorongan, dan kesetiaannya terhadap barang dan jasa.Maka dari itu tujuan promosi adalah untuk mengubah tingkah laku dan pendapat suatu individu, dari yang semula tidak menerima suatu produk, menjadikannya setia terhadap produk.

b. Memberikan Informasi

Kegiatan promosi ditujukan untuk menginformasikan kepada konsumen yang dituju mengenai suatu produk. Informasi tersebut seperti harga, kualitas, syarat pembeli, kegunaan produk, keistimewaan.

c. Membujuk

Pada umumnya promosi ini kurang disenangi masyarakat, namun pada kenyataannya, saat ini jenis promosi ini dilakukan untuk mendorong adanya pembelian.

d. Mengingatkan

Promosi bersifat mengingatkan ini dilakukan untuk mempertahankan merek produk dihati masyarakat. Promosi ini

[15] Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, 3.1 (2019), 75.

dilakukan selama tahap pendewasaan dalam siklus kehidupan produk. Perusahaan berusaha memperhatikan dan mempertahankan pembeli yang ada, karena pembeli tidak hanya sekali memerlukan pembelian melainkan harus berlangsung dan terus-menerus.

5. Indikator Promosi

Promosi adalah semua kegiatan perusahaan produsen untuk meningkatkan mutu produknya dan membujuk atau merayu konsumen agar membeli produknya. Menurut Kotler dan Keller, Indikator-indikator promosi diantaranya adalah:[16]

a. Frekuensi promosi adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
b. Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi penjualan dilakukan.
c. Kuantitas Promosi adalah nilai atau jumlah promosi penjualan yang diberikan konsumen.
d. Waktu promosi lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan
e. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi merupakan factor yang diperlukan untuk mencapai target yang dinginkan perusahaan.

6. Konsep Promosi Dalam Islam

Menurut prinsip syariah, kegiatan promosi harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin

[16] Vania Senggetang, Silvya L.Mandey, Sileyljeova Moniharapan, 'Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Mando', *Jurnal Emba*, 7.1 (2019), 882-883

untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

a. Ekonomi Islam Tentang Media Iklan Prinsip ekonomi Islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu. Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilihkreasi penyampaianya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Jadi iklan Islami adalah bentuk komunikasi tidak langsung yang didasari pada informasi mengenai suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dan dalam penyajianya berlandaskan pada etika periklanan Islami. Pengiklan juga harus menghindari iklan yang menipu dan berlebihan yang dianggap sebagai bentuk kebohongan.
b. Ekonomi Islam Tentang Promosi Penjualan Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam promosi penjualan yaitu kepercayaan dan suka sama suka. Pengelola pantai batu lapis tidak memaksa para wisatawan untuk memakai jasanya, transaksi terjadi atas dasar suka sama suka dan kepercayaan. Orang yang terjun dalam bidang usaha jual beli harus mengetahui hukum jual beli agar dalam jual beli tersebut tidak ada yang

dirugikan, baik dari pihak penjual maupun pihak pembeli. Jual beli hukumnya mubah. Artinya, hal tersebut diperbolehkan sepanjang suka sama suka.

B. Analisis SWOT

1. Pengertian SWOT

SWOT adalah singkatan dari *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan),dan threats(ancaman). SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi *Profit* dan *nonprofit* dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secar lebih komperehensif.

Peranan SWOT pada suatu perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai banding piker dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi di masa-masa yang akan datang.

2. Faktor dalam Perspektif SWOT

Untuk menganalisis lebih mendalam tentang SWOT, maka perlu dilihat factor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

a. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats*. Faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi

diluar perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industry dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, social budaya.

b. Faktor Internal

Faktor Internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses. Faktor ini menyangku dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional.

Tabel 1.2

a. Faktor Eksternal
Opportunities (Peluang) > *Threat* (ancaman) → Kondisi perusahaan baik *Opportunities* (peluang) > *threats* (ancaman) → kondisi perusahaan tidak baik
b. Faktor Internal
Strength (kekuatan) > *Weaknesses* (kelemahan) → Kondisi perusahaan baik Strength > Weaknesses → Kondisi perusahaan yang

(kekuatan)	(kelemahan)	tidak baik

Para analisis SWOT memberikan informasi untuk membantu dalam hal mencocokan perusahaan sumber daya dan kemampuan untuk menganalisa kompetitif lingkungan di mana bidang perusahaan itu bergerak. Informasi tersebut dibuat berdasarkan perumusan strategi dan seleksi.

a. Kekuatan/ *Strength*

Sebuah kekuatan perusahaan adalah sumber daya dan kemampuan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan *competitive advantage.* Contoh dari kekuatan meliputi, Hak paten, Nama merek yang kuat, Reputasi yang baik dimata para pelanggan, Keuntungan biaya operasional, Akses ekslusif dalam sumber daya alam kelas tinggi, dan Akses yang menguntungkan di jaringan distribusi

b. Kelemahan/ *Weakness*

Kelemahan adalah sesuatu yang menyebabkan satu perusahaan kalah bersaing dengan perusahaan lain. Dalam beberapa kasus, kelemahan bagi satu perusahaan mungkin merupakan suatu kekuatan bagi perusahaan lainnya. Sebagai contoh, berikut ini dapat dianggap sebagai *Weakness:*

1) Kurangnya perlindungan hak paten
2) Nama merek yang lemah
3) Reputasi buruk di antara para pelanggan

4) Struktur biaya tinggi
5) Kurangnya akses sumber daya alam yang baik
6) Kurangnya akses untuk saluran distribusi utama

c. Peluang/ *opportunities*

Analisis lingkungan eksternal dapat membuahkan peluang baru bagi sebuah perusahaan untuk meraih keuntungan dan pertumbuhan. Beberapa contoh kesempatan tersebut adalah

1) Kebutuhanpelanggan yang tidak dipenuhi dipasar
2) Kedatangan teknologi baru
3) Pelonggaran peraturan
4) Penghapusan hambatan perdagangan internasional

d. Ancaman/ *Threat*

Perubahan dalam lingkungan eksternal juga dapat menghadirkan ancaman bagi perusahaan. Beberapa contoh ancaman tersebut adalah:

1) Perubahan selera konsumen dari produk-produk perusahan
2) Munculnya produk-produk pengganti
3) Peraturan baru
4) Peningkatan hambatan perdagangan

Sebuah perusahaan tidak selalu harus mengejar peluang yang menguntungkan karena dengan mengembangkan *competitive advantage*, ada kesempatan yang lebih baik untuk meraih kesuksesan dengan cara mengindentifikasi sebuah

kekuatan dan kesempatan mendatang. Dalam beebrapa kasus, perusahaan dapat mengatasi kelemahannya dengan cara mempersiapkan diri untuk meraih kesempatan yang pasti.

C. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Tabungan (*Saving Deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat popular dilapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Dalam perkembangan zaman, saat ini justru membutuhkan bank sebagai tempat menyimpan uangnya. Hal ini disebabkan karena keamanan uangnya yang dibutuhkan oleh masyarakat[17].

Tabungan adalah bentuk simpanan (Funding) yang dananya disimpan pada suatu rekening yang setiap saat dan kapan saja pemilik tabungan dapat menarik menarik uangnya baik tunai maupun nontunai (pindah buku, transfer ke bank lain) melalui mesin ATM (Automatic teller machine) atau Teller[18]. Meskipun tabungan merupakan dana simpanan yang dapat ditarik sewaktu-waktu, namun simpanannya lebih stabil dibandingkan dana dari rekening giro yang dapat ditarik atau ditransfer dari bank lain. Dana dari tabungan lebih stabil karena ada beberapa batasan penarikan, antara lain surat penarikan atau kuasa yang disediakan oleh bank, dan penggunaan ATM penarikan dengan jumlah penarikan terbatas. Dalam Undang – Undang Perbankan No. 10

[17] Wico Jontarudi Tarigan, 'Pengaruh Pendapatan Domestik Regional Bruto Perkapita Dan Rasio Beban Ketergantungan Hidup Terhadap Tabungan Domestik Sumatera Utara', *Jurnal Ekonomi Pembagunan*, 2.2 (2020), 138.

[18] Sri Rahmany, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Mudharabah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia' , *Jurnal Perbankan Syariah* , 1.2 (2020), 127.

Tahun 1998 pasal 1 Ayat 9 disebutkan bahwa tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu[19].

2. Jenis – Jenis Tabungan

Prinsip – prinsip tabungan diatur dalam datwa DSN- MUI No.2/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu :

1) Tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2) Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadi'ah*.

   Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Mudharabah* :

   a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai *mudharib*, atau pengelola dana.
   b) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
   c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.

[19] Rafly Perdana Brillian, Abdul Rohman, 'Sistem Informasi Manajemen Tabungan Pad Bank Sampah Raflesia Menggunakan Metode Waterfall', *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Informatika*, 19.3 (2022), 194.

d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

e) Bank sebagai *Mudharib* menutup biaya operasional nisbah keuntungannya yang menjadi haknya.

f) Bank tidak diperkenalkan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Wadi'ah* :

a) Bersifat Simpanan

b) Simpanan bisa diambil kapan saja (*on call*) atau berdasarkan kesepakatan

c) Tidak ada imbalan yang diisyaratkan , kecuali dala bentuk pemberian (*Athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank [20]

3. Fungsi Tabungan

Fungsi dari tabungan yaitu dapat dimanfaatkan sebagai kehidupan yang akan datang. Mulai dari perencanaan tabungan untuk pendidikan anak, cadangan dana yang tidak terduga, investasi masa depan dan banyak lagi fungsi dari tabungan.

4. Akad – akad dalam tabungan

Akad yang digunakan untuk produk tabungan ialah akad Wadiah dan akad Mudharabah sesuai dengan peraturan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN/-MUI/IV/2000 seperti berikut :

a. Akad Wadi'ah

[20] Mega Mustika, 'Praktek Pemberian Bonus Dalam Penghimpunan Dana Menggunakan Akad Wadiah Pada Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13.1 (2022), 116.

Akad Wadiah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sinitip menghendaki. Dalam Wadiah dapat mengikut sertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, tindakan atau isyarat. Jenis-jenis Wadiah ada dua yaitu :

1) *Wadiah Yad Al-Amanah*

   Adalah akad penitipan barang atau uang dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang titipan yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan, penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa memanfaatkannya .

2) *Wadiah Yad Dhamanah*

   Adalah akad penitipan barang atau uang dimana pihak penerima titipan dapat memanfaatkan barang atau uang titipan tersebut, dan jika terjadi kerusakan yang disebabkan oleh penerima titipan, maka penerima titipan harus bertanggung jawab terhadap kehilangan dan semua bentuk kerusakan yang terjadi pada barang titipan tersebut.[21] Promosi sangat penting untuk dilakukan sebagai bentuk antisipasi dalam menghadapi situasi yang tidak terduga. Sehingga, setiap

[21] Mega Mustika, 'Prakyek Pemberian Bonus Dalam Penghimpunan Dana Menggunakan Akad Wadiah PAda Bank Syariah Mandiri', *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13.1 (2022), 116.

lembaga keuangan harus memiliki rencana atau strategi yang baik agar dapat meningkatkan kinerja lembaga keuangan dalam mencapai tujuannya. Dengan adanya strategi yang baik dapat mengantisipasi ancaman dari perubahan lingkungan pada masa mendatang dan dapat mengendalikan apa yang kemungkinan akan terjadi dalam perusahaan, sehingga jika suatu perusahaan sedang mengalami permasalahan dapat segera dapat ditemukan permasalahannya sehingga memudahkan perusahaan dalam mencari solusinya. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah dapat dilakukan dengan memaksimalkan kegiatan pemasaran dengan bauran promosi yang terdiri dari kegiatan periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling), promosi penjualan (sale promotion) dan hubungan masyarakat (public relation). Hal itu dikarenakan apabila produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik namun nasabah tidak menyakini manfaat dari produk tersebut maka nasabah tidak akan membelinya. promosi melalui produk simpanan wadiah yad-dhamanah sebagai salah satu produk unggulan dalam penghimpunan dana. Promosi pada Produk Simpanan Wadiah Yad-Dhamanah yang dilakukan lembaga dalam menarik minat masyarakat untuk menitipkan dananya dalam bentuk simpanan wadiah yad-dhamanah.

b. Akad *Mudharabah*

Akad Mudharabah merupakan akad perjanjian antara kedua belah pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan shahibul mal (pemilik modal), dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan Mudharib. Bagi hasil yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama. Secara muamalah, pemilik modal (Shahibul Mal) menyerahkan modalnya kepada pedagang/pengusaha (Mudharib) untuk digunakan dalam aktifitasnya perdagangan atau usaha. Keuntungan atas usaha perdagangan yang dilakukan oleh Mudharib itu akan dibagi hasilkan dengan shahibul Mal. Pembagian hasil usaha ini berdasarkan kesepakatan yang telah dituangkan dalam akad. Jenis–jenis Mudharabah ada dua Yaitu :

1) *Mudharabah Muthalaqah*

   Merupakan bentuk kerja sama antara shahih al-mal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

2) *Mudharabah Muqayyadah*

   Adalah kebalikan dari mudharabah muthalaqah, si mudharib dibatasi dengan batasan jenis usaha, waku, dan tempat usaha

Adanya pembatasan ini sering kali mencerminkan kecendrungan umum si shahih al-mal dalam memasuki jenis dunia usaha.[22]

5. Landasan Hukum Tabungan

Sebagai landasan hukum atas produk perbankan syariah berupa tabungan dalam hukum positif Indonesia adalah UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Disamping itu juga dapat kita temukan dalam pasal 36 huruf A poin 2 PBI Nomor 6/24/PBI/2004 tentang bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Intinya menyebutkan bahwa bank wajib menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati - hatian dalam kegiatan usaha melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi antara lain berupa tabungan berdasarkan prinsip *Wadiah* dan *Mudharabah.*

D. Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. Pengertian Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Industri Perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk

[22] Widhi Ariyo Bimo dan Tommy Cahya, 'Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah (PERSERO) TBK. Cabang Bogor', *Jurnal Keuangan dan Moneter,* 6.2 (2018), 66.

(BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumaidil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara.

Proses merger tiga Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. PT Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu perusahaan besar ekonomi bergerak dibidang Industri keuangan syariah dan memiliki landasan system ekonomi sesuai dengan syariat hukum islam. PT Bank Indonesia (BSI) adalah bank syariah milik pemerintah yang termasuk kedalam kategori bank syariah terbesar se-Asia. Semenjak ditetapkan Undang–Undang No.21 Tahun 2008 yang mengatur tentang perbankan syariah banyak bank yang mulai menerapkan prinsip syariah , seperti bank BUMN yang membentuk anak perusahaannya sebagai bank umum dengan prinsip syariah yaitu PT Bank Mandiri (Persero), PT Bank BRI Syariah (Persero) Tbk, dan PT Bank BNI Syariah.

Dalam setiap layanan yang tersedia di Bank Syariah Indonesia tidak menerapkan system bunga (*Interest free*) seperti bank pada umumnya tetapi menggantinya dengan system bagi hasil sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 tahun 1992 mengenai bank berdasarkan prinsip bagi hasil antara nasabah yang menitipkan pinjaman dan juga perusahaan yang mengelola pinjaman tersebut.

b. Produk-produk Bankan Syariah Indonesia

Adapun produk-produk tersebut antara lain:

1. BSI tabungan Easy Wadiah (Tabungan murni titipan dari nasabah)
2. BSI tabungan easy Mudharabah (tabungan yang bisa dikelola dan dikembangkan oleh bank)
3. Tabungan Bisnis (produk tabungan yang dikhususkan untuk pengembangan usaha yang didukung oleh internet banking untuk nasabah)
4. Tabungan haji Indonesia
5. Tabungan BSI giro
6. Tabungan BSi deposito
7. BSI mitra guna berkah (pembiayaan multiguna dengan sumber pembayaran berasal dari gaji/pendapatan pegawai tetap agunan dengan limit sampai dengan Rp.2M
8. Pembiayaan griya hasanah (dikhususkan untuk kepemilikan rumah)
9. Griya KPR sejahtera (diperuntukkan untuk kepemilikan rumah)
10. BSI OTO (Pembiayaan untuk kepemilikan rumah khusus KPR)
11. BSI cicill emas (Pembiayaan asset emas dengan cara dicicil)
12. Dan BSI KUR.[23]

c. Kegiatan Usaha Bank Syariah Indonesia (BSI)

Berikut kegiatan usaha BSI menurut OJK (Otoritas Jasa Keuangan) sebagai berikut :

[23] Muhammad Syafi'I, Hairul Huda, ' Sosialisasi Pendirian dan Produk-produk Bank Syariah Indonesia dalam Memberikan Wawasan tentang Bank SYariah Pada siswa Madrasah Aliyah- At-Taqwa Ledokombo Jember', *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2.2 (2022).77.

1. Penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
   a. Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadiah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
   b. Investasi berupa deposito atau tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan berdasarkan akad *Mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
2. Penyaluran Dana kepada masyarakat dalam bentuk :
   a. Pembiayaan bagi hasil berdasarkan Akad Mudharabah atau musyarakah.
   b. Pembiayaan berdasarkan akad Murabahah , salam, atau istishna.
   c. Pembiayaan penyewaan barang bergerak atautidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad Ijarah atau sewa beli dalam bentuk Ijarah Muntahiya Bittamlik.
   d. Pengambil alihan uang berdasarkan akad Hawalah
   e. Menempatkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadiah atau investasi berdasarkan akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
   f. Memindahkan uang baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Syariah Indonesia yang ada di Bank Umum Syariah, Bank Konvensional.

g. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syariah lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

d. Jenis Penyaluran Dana di Bank Syariah Indonesia (BSI)

Berikut jenis penyaluran dana di bank syariah Indonesia (BSI), antara lain:

1) Mudharabah ialah pembagian hasil antara dan pengusaha dan bank untuk tujuan usaha si pengusaha.
2) Musyarakah ialah penggabungan modal antara modal antara dana pengusaha dan bank kemudian keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan awal.
3) Murabahah ialah perjanjian antara bank dan nasabah, bank menyediakan modal atau pembelian bahan baku, kemudian dibayar nasabah sesuai harga jual bank (Harga beli barang plus margin keuntungan).
4) Ijarah ialah perjanjian penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna dari suatu barang yang didasarkan pada transaksi sewa menyewa.
5) Qard ialah pemberian pinjaman yang dilakukan oleh pihak bank kepada pihak nasabah tanpa imbalan tetapi wajib mengembalikan pada waktu yang telah disepakati.
6) Istishna, ialah pembiayaan dengan prinsip jual beli, bank membelikan barang lalu nasabah mengikuti mekanisme

pembayaran/pengembalian disesuaikan dengan kemampuan atau keuangan nasabah.

E. Kajian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dan referensi pada penelitian ini, berikut adalah peninjauan terhadap beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan studi ini;

Tabel 1.3

Peneliti Terdahulu

No	Penulis / Tahun	Judul Penelitian	Temuan	Perbedaan Penelitian
1	Siti Nurhayati (2020)[24]	Prosedur Produk Tabungan **Si**mpel iB(Simpanan Pelajar Islamic Banking) di PT BPRS Suriyah KC Kudus.	Tahapan prosedur yang terdapat di PT BPRS Suriyah KC Kudus yaitu prosedur pembukaan rekening, prosedur rekening, prosedur penyetoran tabungan, prosedur penarikan dana, dan prosedur penutupan rekening.	Pada penelitiaan ini hanya memakai 4 strategi promosi 4 komponen . Sedangkan penulis menggunakan 5 komponen strategi promosi.
2	Yusriani (2019)[25]	Pengaruh Produk Tabungan Simpel Bank BNI terhadap motivasi menabung siswa pada MA YMPI RAPPANG	Pengaruh produk tabungan (Simpanan Pelajar) Simpel Bank BNI terhadap motivasi menabung siswa pada MA	Pada penelitian ini menggunanakn teknik *purposive sampling*, sedangkan penulis menggunakan teknik *aksidental sampling.*

[24] Siti Nur Hayati, Skripsi: *'Prosedur Produk Tabungan Simpel IB (Simpanan Pelajar Islamic Banking) di PT.BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus*', (UIN Walisongo Semarang, 2020).

[25] Yusriani, Skripsi: *'Pengaruh Produk Tabungan Simpel Bank BNI Terhadap Motivasi Menabung Siswa Pada MA YMPI RAPPANG',* (IAIN, Parepare, 2019).

			YMPI RAPPANG dapat dilihat berdasarkan hasil regresi sederhana pada output model summary.	
3	Naimatuz Zuhriyah (2018)[26]	Implementasi Promotion Mix Tabungan Simpanan Pelajar iB pada PT. Bank Syariah Mandiri KC. Bojonegoro	Diketahui bahwa PT Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro menerapkan bauran promosi seperti *Advertising, Personal Selling, Public Relation*, dan *direct marketing.* Namun penerapan dari bauran promosi kurang maksimal karena PT. Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro tidak menggunakan salah satu elemen bauran promosi yaitu *Sales Promotion*. Sehingga PT. Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro hanya menerapkan empat elemen bauran promosi aja.	Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran tabungan simpel. Sedangkan penulis membahas tentang mekanisme promosi tabungan simpel.
4	Khafifah Rumalean (2020)[27]	Penerapan Promosi Pada Produk Tabungan Pendidikan iB BPRS Fajar Sejahtera Bali	Di BPRS Fajar Sejahtera Bali hanya menerapkan dua strategi promosi diantaranya yaitu: Promosi penjualan	Peneliti lebih membahas tentang menitikberatkan pengaruh produk tabungan simpel terhadap motivasi siswa. Sedangkan penulis membahas tentang Mekasnisme Promosi Produk tabungan simpel.

[26] Naimatuz Zuhriyah, Skripsi*: 'Implementasi Promotion Mix Tabungan Simpanan Pelajar iB Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro'*, (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018).

[27] Khafifah Rumalean, Skripsi: *'Penerapan Pada Produk Tabungan Pendidikan IB BPRS Fajar Sejahtera Bali',* (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang,2020).

			dan periklanan. Jadi, terdapat perbedaan hasil penelitian dengan teori.	
5	Lisanul Fashiha (2021)[28]	Penerapan Strategi Promosi Tabungan Simpanan Pelajar Pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhillah (PERSERODA) Kantor Pusat Air Tiris	Strategi yang dilakukan PT.BPRS Berkah Dana Fadhillah Air Tiris dalam mempromosikan produk tabungan Simpel Sudah terlaksana terlihat dengan strategi yang dijalankan oleh bank yaitu adanya kunjungan ke sekolah-sekolah. Dalam melakukan promosi terhadap produk simpanan pelajar sasaran utama sekolah-sekolah yang ada dikampar, media social sebagai alat promosi produk tabungan simpel berbentuk iklandengan membagikan di media social seperti instagram, group whatsapp. Serta menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah	Peneliti membahas tentang penerapan strategi promosi tabungan simpel.sedangkan penulis tentang mekanisme promosi produk tabungan simpel
6	Debi Anggraini Putri (2022)[29]	Minat siswa/siswi menabung pada produk simpanan	Factor yang mempengaruhi minat siswa/siswi	Pada penelitiian ini teknik purposive sampling sedangkan penelitian penulis menggunakan teknik

[28] Lisanul Fashiha, Skripsi: *' Penerapan Strategi Promosi Tabungan Simpanan Pelajar Pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhillah (PERSERODA) Kantor Pusat Air Tiris'*, (UIN Sultan Syarif Kasim Riau,2021).

		pelajar di Bank Mini Syariah SMK IT Al-Izhar School Pekanbaru	menabung pada produk simpanan pelajar di bank mini syariah dipengaruhi oleh tiga factor:factor budaya, factor pribadi, factor psikologi	aksidenal sampling.

[29] Debi Anggraini Putri, Skripsi*: 'Minat Siswa/Siswi Menabung Pada Produk Simpanan Pelajar DiBank Mini Syariah SMK IT AL-Izhar School PekanBaru*', (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subyek penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari subyek yang diteliti. Jenis penelitian ini menghasilkan data deskriptif secara tertulis maupun lisan terhadap orang-orang yang perlu diamati .Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Data-data yang diperoleh kemudian penulis analisa .dengan teori dan konsep yang ada, ini dilakukan untuk memperoleh data yang relevan, dengan tujuan penelitian secara nyata, tepat dan akurat.

Secara umum, metode penelitian adalah suatu proses atau cara yang dipilih secara spesifik untuk menyelesaikan masalah yang diajukan dalam sebuah riset. Metode Penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami objek yang menjadi sasaran dan tujuan penelitaian. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif metode yang focus pada pengamatan mendalam. Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komperehensif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian digunakan dimana peneliti meneliti pada

kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah teknik pengumpulan data,instrument kunci.

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Padang Imam Bonjol, Sumatera Barat yang beralamatkan Jl. Imam Bonjol No.17 Kec. Padang Selatan Kota Padang 25211. Telp.(0751) 20765 atau Call senter Bank Syariah Indonesia 14040. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2023.

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan seumber darimana data dapat diperoleh .Dalam penelitian ini peneliti mengunakan sumber data primer dan sumber data sekunder, yaitu :

1. Data Primer

   Adalah data yang didapat langsungdari tempat yang menjadi objek penelitian yaitu Bapak/Ibu pimpinan PT.Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol yang dapat memberikan informasi dan data – data mengenai permasalahan yang penulis teliti yaitu tabungan simpel (Simpanan Pelajar).

2. Data Sekunder

   Adalah menggunakan sumber data sperti, dokumen – dokumen ,laporan jumlah nasabah, brosur, serta data-data tertulis lainnya yang berkaitan

dengan permasalahan yang penulis teliti di PT.BSI KC Padang Imam Bonjol.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengambilan data dapat dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data,Yaitu :

1. Observasi

   Observasi ini dilakukan dengn pengamatan secara langsung mengenai mekanisme produk tabungan simpanan pelajar di PT. BSI KC Padang Imam Bonjol, serta menggali informasi lebih mendalam tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan tabungan simpel (Simpanan Pelajar).

2. Wawancara

   Wawancara merupakan kegiatan proses komunikasiyang sangat menentukan dalam proses penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan Bapak/Ibu pimpinan PT. BSI KC Padang Imam Bonjol agar tidak terjadi penyimpangan atas hal-hal yang berkaitan dengan bank atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat.

3. Dokumentasi

   Merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan untuk mencari data atau sumber data berkaitan dengan yang akan diteliti , seperti dokumen tertulis, brosur yang berguna untuk melengkapi informasi berkaitan dengan penelitian tabungan simpel (Simpanan Pelajar) di PT.BSI KC Padang Imam Bonjol .

E. Teknis Analisis Data

Dari seluruh data yang terkumpul, penulis berusaha menganalisis data tersebut. Dalam kegiatan menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif yaitu data- data yang diperoleh kemudian di deskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan kenyataan yang realistis.

Oleh karena itu analisa data dalam penelitian ini bersifat berkelanjutan dan dikembangkan sepanjang program dan pada akhirnya dapat memberikan data yang valid. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT.

1. Analisis SWOT

SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).[30] Adapun teknik data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. IFE (Internal Factor Evaluation)

   Mengevaluasi factor-faktor yang berada dilingkungan internal organisasi yaitu berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

b. EFE (Eksternal Factor Evaluation)

   Mengevaluasi factor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada diluar lingkungan organisasi .

[30] Anisa Mayang Indri,'Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran', *Jurnal Ilmu Manajemen,* 17.2 (2020), 62.

Semua factor yang diidentifikasi ditentukan bobotnya, dimana bobot memperlihatkan tingkat kepentingan factor tersebut. Jumlah seluruh factor, baik internal maupun eksternal harus sama dengan 1,00 atau 100%, pilihan terdiri dari:

1. 0,001 : sangat rendah
2. 0,5 : rendah
3. 0,10 : sedang
4. > : tinggi

Setelah menentukan bobot dari masing-masing factor, kemudian menentukan ranting dari masing-masing factor tersebut dengan pilihan ranting sebagai berikut :

1. Ranting 1 : tidak penting
2. Ranting 2 : cukup penting
3. Ranting 3 : penting
4. Ranting 4 : sangat penting

Jika bobot ranting telah ditentukan maka data-data tersebut dapat diolah menjadi arahan untuk pemilihan strategi apa yang digunakan oleh Promosi Produk Tabungan Simpel di Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol

2. Analisis Matrik SWOT

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan dalam promosi, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam kuantitas perumusan

strategi model dengan menggunakan matrik SWOT. Matrik dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman *eksternal* yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternative strategi yaitu strategi SO, Strategi WO, Strategi WT.

Matrik SWOT ditunjukkan dengan menggunakan analisis SWOT dengan perumusan keputusan strategi, guna menyusun perencanaan usaha yang baik dengan menggunakan salah satu metode SWOT. Diantara berbagai metode yang ada, yaitu matrik SWOT yang merupakan rangkuman dari berbagai metode. Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan rangkuman dari berbagai metode. Matrik SWOT juga dapat dimanfaatkan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Tabel 1.4

Matrik SWOT

Internal / Eksternal	Strength (S) Kekuatan	Weaknesses (W) Kelemahan
Opportunities (Peluang) O	S-O Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang	W-O Meminimalkan kelemahan yang ada dalam mendapatkan peluang
Threat (Ancaman) T	S-T Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam rangka	W-T Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka

	meminimalkan ancaman dari luar	meminimalkan ancaman dari luar.

Sumber Freddy Rangkuti

3. **Analisis Tabel Bobot Skor**

Tabel bobot skor adalah tabel yang menenjukkan skor kepada masing-masing strategi SO, strategi ST, Strategi WO, Strategi WT, tabel bobot skor akan memberikan panduan kepada para pengguna mengenai skor untuk masing-masing strategi. Sehingga nantinya pengguna dapat mengambil keputusan, manakah strategi yang paling tepat yang akan diambil oleh perusahaan. Strategi yang akan diambil adalah strategi skor tertinggi sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1.5

Total Bobot Skor

IFE / EFE	Strenghts (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	Total skor tertinggi SO	Total skor tertinggi WO
Threat (ancaman)	Total skor tertinggi ST	Total skor tertinggi WT

Sumber Freddy Rangkuti

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum Berdirinya PT Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan di Indonesia mencatatsejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumaidil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan bank syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%.

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas pemodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementrian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energy baru pembagunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, Universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industry halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator padaa seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem mewujudkan harapan Negeri.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol

a. Visi

"*Top 10 Global Islamic Bank.*"

b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T ditahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

   Top 5 yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia.

   Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memperdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

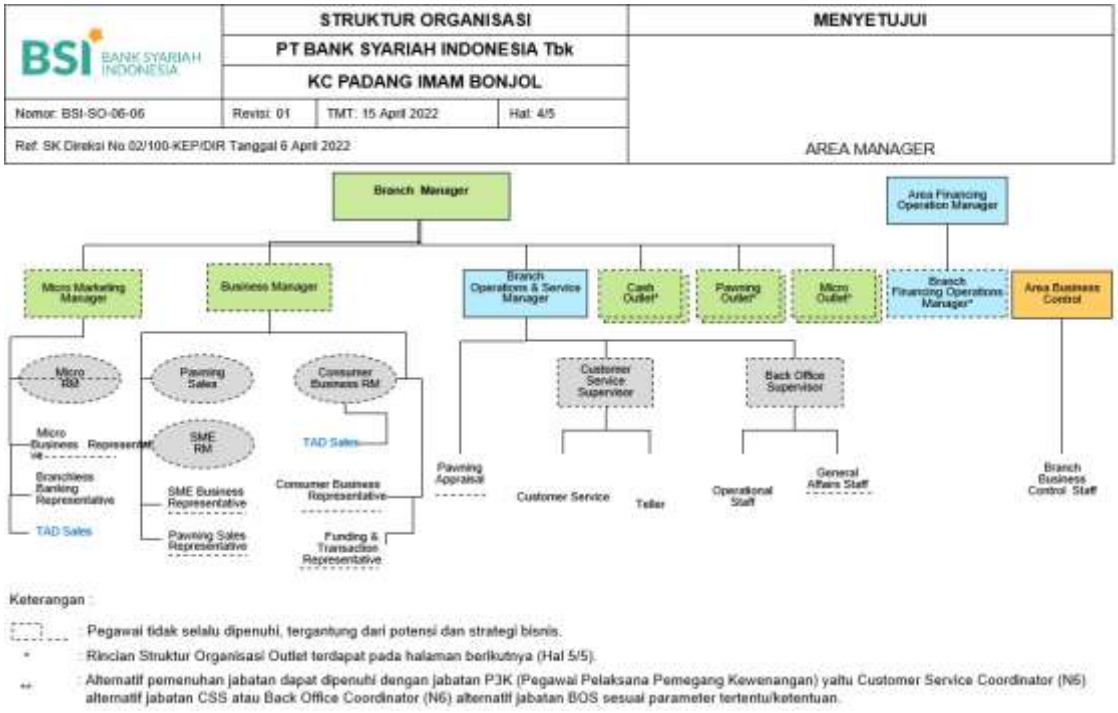
3. Slogan PT Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol

"Bersatu untuk umat, berjihad menebar manfaat"

4. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia

KC Padang Imam Bonjol Tahun 2024



Bank Syariah Indonesia akan memberikan gambaran struktur organisasi secara ringkas tentang tugas dan kewenangan masing-masing yang terkait dalam system operasional Bank Syariah Indonesia yang berlandaskan perbankan syariah.

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian terkait dalam system dan operasional KC Padang Imam Bonjol sebagai berikut :

a. Branch Manager (BM) tugas dan tanggung jawab :
    1) Memastikan tercapainya target segmen bisnis pembiayaan (micro, business banking, consumer), pendanaan, FBI, contribution margin dan laba bersih yang ada lokasi yang berada dalam koordinasinya.
    2) Menggali potensi bisnis di lokasi yang berada dalam koordinasinya untuk meningkatkan portofolio pembiayaan, penghimpunan dana

pihak ketiga, perbaikan kualitas aktiva produktif peningkatan pendapatan non operasional.

3) Memastikan standar layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan
4) Memastikan segala aktifitas operasional memenuhi ketentuan dan prudensialitas.
5) Menindaklanjuti setiap temuan audit *(intern/ekstern*).
6) Memastikan pengendaliaan kualitas dan risiko operasional
7) Mengarahkan dan mereview sasaran kinerja seluruh bawahan
8) Melaksanakan penagihan (collection)
9) Menjaga kualitas pembiayaan(Pengendalian NPF)
10) Penandatangan PKS dan MoU istansi, travel umroh/dealer/ took emas/ supplier emas sesuai dengan inisiator dan SK delegasi wewenang penandatangan PKS/MoU.

b. *Branch Operational & Service Menager* (BOSM) tugas dan tanggung jawab:

1) Memastikan terkendalinya biaya operasional Branch Office dengan efisien dan efektif
2) Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
3) Memastikan terlaksanakan layanan nasabah yang optimal sesuai standar layanan Branch Office.
4) Memastikan ketersediaan likuiditas yang memadai

5) Memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsipan sesuai dengan ketentuan yng berlaku.
6) Memastikan pemenuhan kewajiban pelaporan sesuai dengan peraturan yng berlaku (Internal dan Eksternal)
7) Memastikan kebenaran dan kewajaran pencatatan laporan keuangan
8) Mengelola sarana dan prasarana Branch Office
9) Memastikan implementasi KYC dengan baik
10) Memastikan implementasi peraturan perusahaan dan ketentuan internal perusahaan bidang ketenagakerjaan kepada seluruh pegawai Branch Office.

c. Funding dan Transaction Relationship Manager (FTRM)

1) Melakukan identifikasi penghimpunan dana/jasa layanan transaksional untuk mendukung pencapaian target perusahaan.
2) Melakukan pemasaran funding dan transaksional banking seperti tabungan, giro, deposito, Cash management dan trade finance kepada nasabah atau calon nasabah.
3) Membuat laporan kunjungan dalammelakukan aktivitas selling dan cross selling yang baik kepada nasabah atau calon nasabah
4) Melaksanakan tugas dan tanggung jawab lainnya sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan internal perusahaan.

d. *Consumer Banking Relationship Manager* (CBRM) tugas dan tanggung jawab:

CBRM memiliki tanggung jawab dalam memasarkan dan menganalisa pembiayaan nasabah, adapun pembiayaan konsumen atau consumer finance seperti BSI multi guna hasanah, BSI OTO, pensiunan berkah dan sebagainya.

e. *Micro Relationship Manager Team Leader* tugas dan tanggung jawab:

1) Mengurus klien dan memastikan dan memecahkan tantangan dari perspektif bisnis atau teknis yang sedang dihadapi klien tertentu
2) Membangun dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan

f. *Costumer service* (CS) tugas dan tanggung jawab:

1) Melaksanakan keadministrasian tabungan berupa kartu tabungan, buku tabungan, rekening, kode rekening, dan nota lainnya yang diperlukan.
2) Melaksanakan keadministrasian deposito berupa aplikasi deposito, kartu deposito, bilyet deposito dan nota lainnya yang diperlukan.
3) Melaksanakan pendapatan aplikasi deposito, perhitungan nisbah, pembuatan laporan.

g. *Operasional Staff* (OS) tugas dan tanggung jawab:

1) Pengurusan operasional kantor
2) Pengabsenan karyawan
3) Melakukan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan operasional rutin kantor

h. Teller

1) Mengelola keuangan sesuai rencana atau anggaran perusahaan
2) Menerima dan membayar uang kepada nasabah sejumlah bukti yang ada, membuat rincian uang tunai, mencatat dan mengumpulkan bukti atas pengambilan dan penyetoran kas dalam formulir rekapitulasi kas yang telah disediakan.
3) Mencocokan saldo kas dicatat, rekapitulasi kas dengan daftar perincian uang tunai pada setiap tutup kas.

i. Seccurity

1) Bertanggung jawab atas keamanan dilingkungan perusahaan.
2) Mendampingi petugas dalam transaksi keuangan di luar perusahaan
3) Melayani nasabah dengan baik.

j. Office Boy

1) Bertanggung jawab atas kebersihan, kerapian, dan kenyamanan suasana kerja dilingkungan kantor serta menjaga penampilan perusahaan di masyarakat.
2) Membuat penyampaian kelancaran surat-surat.

k. Driver

1) Melaksanakan pemeliharaan kendaraan inventaris kantor
2) Mengantar Pegawai kantor ketika akan melakukan kunjungan.

l. Pramubhakti

Sebagai petugas kebersihan dan penyediaan perlengkapan/invcntaris kantor seperti meja, kursi, computer, dan perlengkapan lainnya. Selain itu juga

bertugas untuk melayani pengiriman atay pengambilan dokumen antar bagian.

5. Produk-produk PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol

a. Produk tabungan Valas (Funding)

1) BSI tabungan valas

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthalaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan Bank . Tarif dan biaya

a) Setoran awal minimum: USD 100
b) Saldo minimum: USD 100
c) Biaya penutupan rekening: USD 5
d) Biaya Administrasi: USD 0,5 dan dapat mengurangi saldo

Syarat dan ketentuan Umum:

Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP

2) BSI Tabungan Haji Indonesia

Tabungan perencanaan haji dan Umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi). Syarat dan Ketentuan Umum

a) Perorangan usia 17 tahun ke atas atau sudah menikah.
b) Kartu Identitas Diri (KTP).

c) NPWP (Nasabah yang tidak menyampaikan NPWP wajib mengisi surat pernyataan (terlampir).

d) Mengisi dan menandatangani formulir pembukaan rekening secara lengkap dan benar.

3) BSI Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Syarat dan Ketentuan Umum :

a) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP

b) Pembukaan rekening melalui Cabang, Mandiri Syariah Mobile, Website

4) BSI Tabungan Simpanan Pelajar

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk siswa dengan persyaratan mudah serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Keunggulannya yaitu bebas biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai, dan setoran awal ringan yaitu sebesar Rp1000. Syarat pembukaan rekening: Berupa akta kelahiran /KK/ KIA/ NISN yang mencantumkan NIK dan surat pernyataan persetujuan orang tua atau wali.

5) BSI Tabungan Pendidikan

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan pendidikan dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP
b) Sudah mempunyai rekening (Tabungan/Giro) sebagai Rekening Induk.

6) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dgn limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN & setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking. Syarat dan Ketentuan Umum :

a) Perorangan: KTP, NPWP
b) Non Perorangan: Sesuai Badan Hukum

7) BSI TabunganKu

Tabungan dengan akad Wadiah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat Syarat dan Ketentuan Umum : Perorangan: KTP & NPWP

8) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank. Tarif dan Biaya :

a) Setoran Awal minimum: a. Rp50.000,-

b) Saldo Minimum: Rp50.000,-

c) Biaya Administrasi: Rp6000,-

d) Biaya Penutupan Rekening: Rp20.000,-

e) Biaya Penggantian Buku Karena Rusak & Hilang: Rp5.000,-

Syarat dan Ketentuan Umum :

Perorangan: KTP, NPWP dan SK Pensiun

9) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

Tarif dan Biaya :

a) Mata Uang IDR

b) Biaya Administrasi Bulanan: tidak dikenakan biaya

c) Setoran Awal: Tidak dikenakan

d) Saldo minimum: Tidak dikenakan

e) Biaya dormant account: Tidak dikenakan

Syarat dan Ketentuan Umum :

Perorangan: KTP, NPWP, Mengisi Formulir dan Surat Kuasa serta Surat Pernyataan

10) BSI Tabungan Rencana

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangan nya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi. Tarif dan Biaya :

a) Target Dana: min. Rp1,2 Juta dan max. Rp200 Juta
b) Setoran bulanan min Rp100rb (kelipatan Rp50rb)
c) Biaya administrasi Gratis
d) Biaya Penutupan rekening:
    1) sebelum jatuh tempo Rp100rb
    2) setelah jatuh tempo Gratis

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP
b) Sudah mempunyai rekening (Tabungan/Giro) sebagai Rekening Induk

11) BSI Tabungan Easy Wadia

Tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional kas di kantor bank atau melalui ATM. Tarif dan Biaya

a) Setoran Awal : Rp100.000

Perorangan dan Rp1000.000 (non-perorangan)

b) Setoran minimum berikutnya:Rp10.000 (Via teller) dan Rp1 (Via Evhannel)
c) Saldo minimum:Rp50.000
d) Biaya penutupan rekening:Rp25.000
e) Biaya Administrasi: Gratis
f) Biaya Ganti kartu hilang/rusak: Rp25.000
g) Fasilitas kartu debit: GPN dan VISA dan Biaya dormant account
h) Biaya Dormant Account: Rp5.000

Syarat dan Ketentuan Umum:

Syarat pembukaan rekening yaitu KTP dan NPWP

b. Produk Pembiayaan

1) BSI MitraGuna Berkah

Pembiayaan untuk tujuan multiguna tanpa agunan dengan berbagai manfaat dan kemudahan bagi pegawai payroll di BSI

Tarif dan Biaya :

a) Biaya admin s.d. min 0%
b) Biaya asuransi sesuai ketentuan

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) KTP Pemohon
b) KTP Pasangan/KK (untuk yang telah menikah)
c) NPWP

d) SK Pegawai

e) Payroll melalui BSI

f) Dokumen pendapatan (amprah/slip gaji atau tunjangan)

g) Mutasi Rekening Koran

h) Surat Izin Praktik (Khusus Dokter)

2) BSI Pensiun Berkah

Pembiayaan yang diberikan kepada para penerima manfaat pensiun bulanan, diantaranya sbb:

a) Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN.

b) Pensiunan BUMN/BUMD

Pensiunan & Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

Tarif dan Biaya :

a) Biaya Admin s.d. min 0%

b) Biaya Asuransi

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) KTP Pemohon

b) KTP Pasangan/KK (untuk yang telah menikah)

c) NPWP

d) Pembiayaan Pensiun: Asli SK Pensiun/SK Pensiun Otomatis/ SK Janda

e) Pembiayaan Pra Pensiun: SK PNS/ SK Pengangkatan Terakhir

f) Payroll Gaji/Manfaat Pensiun melalui BSI

g) Dokumen pendapatan (carik/buku gaji/ buku tabungan/dokumen pendapatan lain)

h) Mutasi Rekening Koran

3) BSI KUR Kecil

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 50 Juta s.d Rp. 500 Juta

Tarif dan Biaya :

Biaya administrasi : 0 %

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat Umum :

a) WNI cakap hokum

b) Usia Minimal 21 tahun atau telah menikah

c) Usaha minimal telah berjalan 6 bulan

Dokumen yang diperlukan :

a) Copy KTP nasabah dan pasangan

b) Copy Kartu Keluarga/akta nikah

c) Copy NPWP

d) Legalitas usaha nasabah

e) fotokopi dokumen agunan

4) BSI Umroh

Fasilitas pembiayaan konsumtif untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui Bank yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syaria. Tarif dan Biaya :

a) Tarif jangka waktu s/d 5 tahun: 9,56% s/d 9,84%
b) Biaya administrasi Rp 200.000,-

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) WNI cakap hokum
b) Berusia minimal 21 tahun
c) Memiliki penghasilan dan mampu mengangsur
d) Melengkapi kelengkapan dokumen yang ditentukan
e) Memiliki rencana umrah melalui jasa Travel Agent yang sudah bekerjasama dengan Bank

5) BSI KUR Mikro

Fasilitas pembiayaan yang diperuntukan bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond diatas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50 Juta.

Tarif dan Biaya

Biaya administrasi : 0 %

Syarat dan Ketentuan Umum

Syarat Umum :

a) WNI cakap hokum

b) Usia Minimal 21 tahun atau telah menikah

c) Usaha minimal telah berjalan 6 bulan

Dokumen yang diperlukan :

a) Copy KTP nasabah dan pasangan

b) Copy Kartu Keluarga/akta nikah

c) Legalitas usaha nasabah

6) Produk Emas

a. BSI Gadai Emas

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

Tarif dan Biaya :

a) Biaya Administrasi

500 Ribu s.d. < 20 Juta: 25.000

20 Juta s.d. < 100 Juta: 80.000

â‰§100 Juta: 125.000

b) Ujrah

500 Ribu s.d. < 20 Juta: eq. 1,80% terhadap pembiayaan

20 Juta s.d. < 100 Juta: eq. 1,50% terhadap pembiayaan

â‰§100 Juta: eq. 1,10% terhadap pembiayaan

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) Membawa fisik emas
b) KTP
c) NPWP untuk pembiayaan di atas 50 Juta
d) Mengisi formulir permohonan Gadai Emas

b. BSI Cicilan Emas

Pembiayaan menggunakan akad Murabahah (di bawah tangan).

Pengikatan agunan dengan menggunakan akad rahn (gadai).

Tarif dan Biaya :

a) Biaya Adminitrasi 0 sd 1%
b) Margin 11.% -14.% eff

Syarat dan Ketentuan Umum :

a) WNI dan Cakap hukum
b) KTP dan NPWP (Khusus pembiayaan diatas 50jt
c) Jangka waktu 1-5 tahun
d) Menyediakan Uang Muka (DP) 20% dari pembelian emas
e) Maksimal pembiyaan 150jt

B. Hasil dan Pembahasan

1. Mekanisme Promosi Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Di PT Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol

Pada tahap ini peneliti akan menguraikan bagian terpenting yang menjadi fokus penelitian yaitu Mekanisme Promosi Produk Tabungan

Simpel yang dilakukan di PT.Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol. Menurut Karyawan BSI KC Padang Imam Bonjol Mekanisme Promosi adalah suatu rencana atau pendekatan yang digunakan oleh perusahan untuk memperkenalkanm mepromosikan, dan memasarkan produk, layanan atau *brand* mereka kepada target pasar yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan, sehingga menghasilkan peningkatan penjualan dan keberhasilan bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kak Debby Wulansari selaku Customer Service di Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol Menjelaskan :

"*Kalau Tabungan Simpel ini ialah tabungan pelajar oleh sebab itu promosi produk simpel pada bank ini itu sudah jelas kita promosikan pada tiap sekolah sekolah atau branding nya itu ke sekolah sekolah. Dan sasaran atau target kita itu adalah siswa siswi di tiap sekolah tersebut. Langkah-langkah promosi produk ini itu antara lain, branding, sebar brosur, open booth apabila di sekolah tertentu terdapat event kita bisa memasarkan produk ini menggunakan system open booth. Dari sini kita akan mulai sosialisasi pada sekolah sekolah negeri maupun swasta mengenai produk simpel tersebut atau bisa juga ada sekolah yang sedang mengadakan rapat wali murid kita juga bisa menggunakan kesempatan ini untuk memasarkan produk simpel tersebut karena dalam produk simpel ini kan data yang dipakai itu juga terdapat data orang tua. Jadi orang tua itu wajib tau kalau*

anak anaknya membuka rekening di Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol."[31]

Adapun Strategi Promosi *Promotion Mix* yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol antara lain :

a. *Personal Selling* (Penjualan Tatap Muka)

Personal selling yaitu proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi. Dengan *Personal Selling* pemasar mempunyai keluluasan menyesuaikan pesan guna memenuhi kebutuhan konsumen pada informasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kakak Debby Wulansari sebagai Customer Cervice Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol beliau mengatakan bahwa :

"Di Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol semua karyawan, Manager dan staf bisa mempromosikan produk yang ditawarkan kepada nasabah baik secara pribadi ataupun dilakukan secarang langsung kepada calon nasabah. Khususnya dalam mempromosikan produk simpanan pelajar, Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol harus mencari sekolah yang bisa di ajak kerja sama. Dalam hal ini karyawan bank mendatangi sekolah-sekolah yang ingin diajak kerja sama yang diutamakan sekolah yang berbasis Islami. strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol dalam memasarkan produk simpanan pelajar ini

[31] Wawancara dengan Kak Debby Wulansari pada tanggal 28 juni 2024"

sosialisasi kepada sekolah-sekolah yang diajak kerja sama dan sosialisasi didepan kelas . Sehingga para pelajar paham dengan penjelasan yang disampaikan sehingga para pelajar berminat menyimpanan dana mereka di bank syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol Untuk memberikan kepuasan nasabah, Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol memberikan pelayanan berupa penjeputan dana kepada para nasabah disekolah masing-masing."

Dari penjelasan di atas menurut analisa peneliti bahwa bank syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol , telah menggunakan strategi promosi yang telah diterapkan, ada strategi promosi yang sering diterapkan oleh bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol adalah starategi promosi lewat Personal Selling pihak bank melakukan sosialisasi kepada sekolah sekolah dan melakukan persentasi didepan kelas.

b. *Advertising* (Periklanan)

Iklan adalah sarana promosiyang digunakan oleh perusahaan dan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan produk. Tujuannya adalah untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama dan nasabah baru. Dari wawancara dilakukan oleh peneliti kepada kakak Debby Wulansari mengatakan bahwa :

"*Periklanan yang digunakan oleh bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol adalah dengan brosur dan alat elektronik yaitu dengan menggunakan media sosial yang bisa mempermudah masyarakat mengenal produk-produk yang ditawarkan. Bank Syariah Indonesia memiliki website tersendiri sehingga masyarakat bisa lebih mudah untuk mengetahaui informasi informasi terbaru dari Bank SYariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol,akan tetapi Iklan Ini tidak sepengaruh itu.biasanya istansinya kita langsung datang ke sekolah sekolah untuk memperkenalkan tabungan simpel ini sekalian memperkenalkan produk tabungan kepada siswa siswi itu.*

Dari wawancara diatas peneliti menjelaskan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol telah menggunakan periklanan untuk tabungan Simpel tetapi strategi ini tidak terlalu berpengaruh .

*c. Sales Promotion (*Promosi Penjualan)

Adalah sebagai macam insentif jangka pendek yang dimaksud untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa. Ini bisa berupa penawaran khusus, diskon, kontes, atau insentif lainnya yang dirancang untuk mendorong konsumen. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada Kakak Debby Wulansari mengatakan bahwa:

" *Kalau tabungan Simpel di BSI ini untuk promosinya tidak menggunakan sales yang menawarkan ke rumah-rumah secara person.tetapi langsung ke sekolah-sekolah.kalau door to door itu masih*

belum. Terus yang nasabah umum semisal datang kebank kita langsung tawarkan. Khusus untuk salesnya sendiri tabungan simpel tidak ada. Karena untuk usia pelajar lebih memilih menggunkan uang mereka untuk bli cemilan dan mainan, Karena seusia itu masih tidak bisa mengatur keuangan."

Dari wawancara diatas peneliti menjelaskan bahwa pihak BSI KC Padang Imam Bonjol tidak menggunakan *sales promotion* khusus tabungan simpel. Karena sales biasanya akan menawarkan ke rumah-rumah untuk meyakinkan calon nasabahnya menggunakan produk tersebut dan ini tidak efektif bagi pelajar yang masih belajar untuk menabung.

d. Public Relations (Publisitas)

Hubungan Msayarakat dalam perusahaan seperti konsumen, karyawan investor, dan masyarakat umum. Merencanakan informasi terstruktur, berusaha mengelola citranya menunjukkan bahwa perusahaan sedang melakukan fungsi dalam hubungan masyarakat yang berkaitan erat dengan manajemen. Tujuannya adalah untuk menciptakan pemahaman, dukungan dan reputasi yang baik bagi perusahaan melalui berbagai komunikasi yang efektif supaya mencapa tujuan sesuai keinginan. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada kakak Debby Wulansari beliau mengatakan bahwa:

" *Pihak bank selalu menjaga komunikasi dengan pihak sekolah, agar bisa bekerja sama dengan baik. Para marketing juga dapat lebih*

mudah mempeerat hubungannya untuk melakukan promosi. Nantinya akan terjalin kekeluargaan yang positif antara nasabah dan rekan karyawan yang menjaga citra perusahaan jadi baik."

Dari hasil wawancara diatas, peneliti menjelaskan bahwa BSi KC Padang Imam Bonjol telah melakukan hubungan masyarakat yaitu melakukan kerja sama dengan berbagai pihak yaitu sekolah ,OJK, DPS. Dengan melakukan kerja sama yang baik pihak bank berharap bisa meningkatkan penjualan dan citra positif bank dimata masyarakat.

e. *Direct Marketing* (Pemasaran Langsung)

Pemasaran Langsung adalah metode pemasaran dimana perusahaan atau pihak bank langsung menghubingi calon nasabah untuk mempromosikan produk atau layanan mereka. Metode ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran termasuk Email, pesan teks, pos, telepon, dan media social. Pemasaran langsung bertujuan untuk menciptakan hubungan langsung antara pihak bank dan calon nasabah, sehingga memungkinkan bank untuk secara langsung mengatur respon konsumen terhadap pemasarannya. Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada kak Debby Wulansari mengatakan bahwa:

"*Pemasaran langsung kepada nasabah dapat memperkenalkan produk kepada orang yang mungkin belum tau tentang tabungan ini, Keuntungan dari penjualan pemasaran langsung ini perusahaan dapat menjual produk atau layanan mereka secara langsung tanpa perantara pihak ketiga,bisa lewat media social.dengan*

memanfaatkan platform media social dapat menjangkau orang yang mungkin belum pernah menggunakan produk ini sebelumnya. Selain itu bisa langsung datang kebank , tidak harus bekerja sama dengan sekolah mereka, Nanti untuk nabungnya juga datang saja ke bank akan dibantu oleh CS. Tapi kebanyakan siswa yang nabung biasanya sudah ada kerja sama dengan pihak sekolah"

Dari wawancara diatas peneliti menjelaskan bahwa pihak BSI KC Padang Imam Bonjol dapat disimpulkan bahwa nasabah memiliki kepercayaan kepada BSI KC Padang Imam Bonjol untuk menabung menggunakan tabungan simpel, membangun relasi dengan sekolah-sekolah sehingga dapat berkomunikasi secara langsung dengan siswa siswi yang ada guna untuk mempromosikan produk tabungan simpel secara langsung.Jika ada pelajar datang secara langsung ke bank dan ingin membuat kartu ATM maka pihak bank melakukan pelayanan yang baik.

2. Kendala – kendala dalam promosi tabungan simpanan pelajar (Simpel)

Kendalanya yaitu banyak nya pesaing dan juga jarak yang maksudnya yaitu jarak dari sekolah satu ke sekolah yang lain. Dan juga dalam produk ini itu kita kekurangan orang untuk sosialisasi. Karena dalam promosikan produk ini sudah pasti akan dihadapkan oleh para guru dan para siswa siswi yang ada di sekolah tersebut yang ramai. Kendala yang paling penting yaitu akan menghadapi anak-anak yang kadang

mereka apabila disuruh untuk menulis saja saja malas apalagi yang berhubungan dengan bank karena akan banyak data yang harus di isi untuk mendaftarkan diri di produk Tabungan SimPel ini. Dan kendala yang selanjutnya adalah para siswa siswi harus membawa data diri orang tua pasti aka nada beberapa anak yang lupa membawa data diri orang tua tersebut dengan alas an lupa.

Kendala-kendala dalam promosi produk tabungan SimPel pada Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol yaitu sebagai berikut:

a. Kurangnya ketertarikan para pelajar dalam menabung, hal ini menjadi kendala umum yang biasa terjadi. Dalam hal ini dirasakan pihak Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol yang menghambat lakunya produk-produknya.
b. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga dilapangan yang mempromosikan produk dan juga target yang harus diperoleh setiap bulannya. Target tersebut tidak setiap bulannya tercapai, kadang tercapai kadang tidak tercapai, hal ini merupakan kendala intern dalam Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol. Kendala di bidang sumber daya manusia dalam perbankan syariah harus memiliki pengetahuan yang luas dibidang perbankan, memahami implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik perbankan, serta mempunyai komitmen yang kuat untuk menerapkan secara konsisten.

c. Kurangnya jaringan kantor Bank Syariah Indonesia. Hal ini dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional, hal ini mempengaruhi minat masyarakat dalam pemasaran produk dan jasa yang masyarakat lebih cenderung ke bank likuiditas. Sebagai suatu usaha bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis, karenanya jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efisiensi usaha.

d. Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk da pelayanan perbankan syariah. Pengetahuan tentang perbankan syariah masih belum diketahui oleh masyarakat luas, dikarenakan masyarakat masih menganggap bank syariah sama dengan bank konvensional masyarakat umum belum mengetahui system perbankan khususnya perbankan syariah, mereka masih kurang mempercayai untuk menabung di bank syariah. Pengembangan jaringan kantor Bank Syariah Indonesia diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah bank juga menghambat perkembangan kerjasama antar bank dalam hal memenuhi.[32]

3. **Keunggulan –Keunggulan Produk Tabungan SimPel**.

Tabungan SimPel merupakan tabungan yang diperuntukkan khusus bagi para pelajar, dimana seorang pelajar dapat memiliki buku tabungan

[32] Hasil Wawancara dengan Kak Debby Wulansari Sebagai *Customer Cervice* , Pada tanggal 28 Juni 2024”

sendiri dan pihak bank yang bekerjasama dengan mengajukan surat permohonan pembukuan tabungan.

Dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Dari Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada kak Debby Wulansari mengatakan bahwa :

"Keunggulan dari Produk ini kita bisa buka rekening atas nama murid atau nama kita sendiri bukan atas nama orang tua. Dan para siswa yang menggunakan Tabungan SimPel akan mendapat fasilitas buku tabungan , ATM, dengan setoran tunai 5.000 rupiah para siswa siswi sudah bisa menabung, saldo minimum yaitu 1000,00, jadi dalam produk ini setorannya lebih ringan saldo minimum lebih sedikit dan ATM nya pun tidak berbayar atau tidak ada biaya administrasi."

Dari Hasil Penelitian diatas disimpulkan bahwa tabungan ini sangat terjangkau bagi siswa siswi. Dengan biaya RP.1000,- siswa siswi dapat memiliki tabungan atas nama mereka sendiri. Selain itu setoran awal ringan, prosesnya mudah, dan persepsi resiko tabungan yang rendah memudahkan bagi orang tua untuk mengontrol keuangan anak.

Tabungan untuk pelajar merupakan jenis tabungan yang diterbitkan secara nasional oleh bank yang ada di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa keuangan dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah dalam rangka Edukasi dan inklusi keuangan secara finansial mendukung budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip

mudarabah atau bagi hasil yang dapat dijadikan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat ditarik sewaktu waktu. Simple, kependekan dari simpanan pelajar adalah simpanan berupa bentuk tabungan yang dikhususkan untuk belajar. Tabungan memiliki persyaratan yang sederhana dan mudah serta fitur yang menarik bertujuan untuk mendorong Literasi keuangan dan budaya menabung. Simple dipimpin oleh pemerintah dan dikelola oleh OJK. Produk simpan memiliki banyak manfaat bagi anak anak. Tabungan simpan juga bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar menabung serta membangun budaya menabung dan melatih anak anak dalam mengelola keuangan mereka sendiri.

a. Syarat Umum Pembukaan Simpanan Pelajar

1) Terdaftar menjadi siswa Sd/SMP/SMA Yang sudah menjalin kerjasama dengan PT. Bank Syariah Indonesia
2) Fotokopi KTP orang tua dan kartu pelajar
3) Belum memiliki KTP atau di bawah umur 17 tahun
4) Tidak diperbolehkan untuk membuka rekening bersama (joint account)

Tabungan SimPel memberikan kemudahan dalam membuka tabungan serta kemudahan dalam bertransaksi, diantaranya sebagai berikut:

1) Setoran awal minimum Rp.5.000
2) Setoran tunai selanjutnya Rp.1.000
3) Saldo minimum rekening Rp.5.000

b.Tata Cara Pembukaan Rekening

1) Pembukaan rekening dilakukan melalui kerjasama pihak sekolah dengan pihak bank yang ditandai dengan surat perjanjian kerjasama
2) Orang tua atau wali dapat memberikan izin kepada sekolah (pejabat sekolah) untuk membuka rekening Tabungan SimPel
3) Pembuatan CIF dan pembukaan rekening Tabungan SimPel dilakukan oleh bank
4) Orang tua atau wali wajib membubuhkan contoh tanda tangan pada contoh buku Tabungan SimPel
5) Pembuatan CIF dan pembukuan rekening tabungan sederhana dilakukan dengan menggunakan nama dan data mahasiswa.[33]

[33] Wawancara dengan kak Debby Wulansari Sebagai *Customer Cervice*, Pada hari Jumat, 28 Juni 2024"

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Mekanisme Promosi Produk Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar) di PT.Bank Syariah Indonesia KC. Padang Imam Bonjol. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian PT. Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol dalam mempromosikan produk tabungan SimPel sudah terlaksana. Hal ini terlihat dengan strategi yang dijalankan oleh bank yaitu adanya kunjungan ke sekolah-sekolah dengan sebar brosur, open booth dan branding untuk memasarkan produk.
2. Dari hasil penelitian PT Bank Syariah Indonesia KC Padang Imam Bonjol menerapkan strategi promosi diantaranya yaitu : (1) Penjualan tatap muka (Personal Selling), (2) Periklanan (Advertising), (3) Promosi Penjualan (Sales Promotion), (4) Publisitas (Public Relations), (5) Pemasaran Langsung (Direct Marketing).
3. Dari hasil penelitian kendala yang dihadapi PT. Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol dalam mempromosikan produk tabungan SimPel yaitu Kurangnya ketertarikan para pelajar dalam menabung, kurangnya sumber daya manusia terkendala pada jumlah tenaga dilapangan untuk promosikan produk, kurangnya pengetahuan, pemahaman produk perbankan syariah.

B. SARAN

Ada beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat di tunjukkan kepada berbagai pihak yang terkait yaitu sebagai berikut :

1. PT. Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol agar tetap eksis dalam mempromosikan produk tabungan SimPel agar generasi muda yang akan datang semakin gemar untuk menabung, meningkatkan mutu produk PT. Bank Syariah KC Padang Imam Bonjol agar dapat bersaaing dengan produk-produk semua bank syariah dan juga bank konvensional.
2. Menambah jaringan kantor PT. BSI KC Padang Imam Bonjol agar memberikan kemudahan dan kenyamanan pada nasabah yang ingin menabung.
3. Meningkatkan sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran agar jumlah tenaga kerja dilapangan bisa mempromosikan produk dan target yang harus dicapai setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, Nuryadi, 'Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah ', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 3.1 (2019)

Anggraini, Sheila, Atika. "Mekanisme Produk Tabungan IB Simpel di Bank SUMUT Syariah KCP HM Yamin" Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM) , 3.1(2023)

Anggraini, Ayu, Dea Roma Dona, M.Alfan Rizky. "Mekanisme Pembuatan Tabungan Mudharabah Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Al Falah" Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri, 3.3 (2023)

Anggraini, Deby Putri, Skripsi*: "Minat Siswa/Siswi Menabung Pada Produk Simpanan Pelajar DiBank Mini Syariah SMK IT AL-Izhar School PekanBaru*", (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2022).

Arief, Muhammad Firmansyah Syarifudding, Nuraeni Gani, Muh. Akil Rahman, 'Pengaruh Pengetahuan,Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar', *Jurnal IBEF*, 1.2 (2021).

Ariyo, Widhy Bimo dan Tommy Cahya, " Strategi Pemasaran Tabungan Haji Dengan Akad Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Tabungan Negara Syariah (PERSERO) TBK. Cabang Bogor", *Jurnal Keuangan dan Moneter,* 6.2 (2018).

Diana, Apri Ariska, 'Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan', Jurnal Manajemen dan Ekonomi, 3.2 (2020)

Fashiha, Lisanul, Skripsi: *' Penerapan Strategi Promosi Tabungan Simpanan Pelajar Pada PT. BPRS Berkah Dana Fadhillah (PERSERODA) Kantor Pusat Air Tiris',* (UIN Sultan Syarif Kasim Riau,2021).

Fatmawati, Kiki dan Muhammad Ridwan., "Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) Pada PT.Bank Sumut KCPSy Hamparan Perak" Management,Accounting,Islamic Economic Journal, 1.2 (2003).

Fauzan, Moh, Ubay Harun, Sofyan Bachmid, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan iB Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu', *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2019)

Febriani, Shella Eka Sriwahyuni, Faisal Muttaqin, " Efektivitas Review Produk di TikTok Dalam Meningkatkan Minat Beli Mahasiswa UINFAS Bengkulu Perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Keislaman,*6.2(2023)

Hanura, Makhdaleva Tajudin, Ade Sofyan Mulazid, 'Pengaruh Promosi Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (MABRUR) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok', Jurnal Ekonomi Islam, 8.1 (2017)

Hasil Observasi dan Wawancara dengan staff pegawai Bank Syariah Indonesia KC.Padang Imam Bonjol Pada Hari Selasa, 2 Januari 2024'

Jontarudi, Wico Tarigan, " Pengaruh Pendapatan Domestik Regional Bruto Perkapita Dan Rasio Beban Ketergantungan Hidup Terhadap Tabungan Domestik Sumatera Utara", *Jurnal Ekonomi Pembagunan,* 2.2 (2020)

Mayang, Anisa Indri,'Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran', *Jurnal Ilmu Manajemen,* 17.2 (2020).

Mustika, Mega, " Praktek Pemberian Bonus Dalam Penghimpunan Dana Menggunakan Akad Wadiah Pada Bank Syariah Mandiri", *Jurnal Kajian Islam Kontemporer,* 13.1 (2022)

Nanda, Sheilamida Muhaeni and others, "Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah", *Jurnal Of Sharia Economics (MJSE)* , 2.1 (2022)

Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Persepsi Religiussitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia, '*Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah,* 3.2 (2021)

Nur, Siti Hayati, Skripsi: *"Prosedur Produk Tabungan Simpel IB (Simpanan Pelajar Islamic Banking) di PT.BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus*", (UIN Walisongo Semarang,2020).

Perdana, Rafly Brillian, Abdul Rohman, "Sistem Informasi Manajemen Tabungan Pad Bank Sampah Raflesia Menggunakan Metode Waterfall", *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Informatika*, 19.3 (2022)

Putri, Ananda Setyorini, Fernaldi Anggadha Ratno,' Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah', *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis,* 7.2 (2020)

Rahmany, Sri, " Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tabungan Mudharabah Pada Perbankan Syariah Di Indonesia" , *Jurnal Perbankan Syariah* , 1.2 (2020)

Rasyad, Muhammad Al Fajar, Ifantri , ' Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah', *Jurnal Ekonomi Syariah,* 4.1 (2021)

Rumalean, Khafifah, Skripsi: *'Penerapan Pada Produk Tabungan Pendidikan IB BPRS Fajar Sejahtera Bali',* (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang,2020).

Syafi'I, Muhammad, Hairul Huda, ' Sosialisasi Pendirian dan Produk-produk Bank Syariah Indonesia dalam Memberikan Wawasan tentang Bank Syariah Pada siswa Madrasah Aliyah- At-Taqwa Ledokombo Jember', *Jurnal Pengabdian Masyarakat,* 2.2 (2022).

Senggetang, Senggetang Silvya L. Mandey, Sileyljeova Moniharapan, 'Pengaruh Lokasi, Promosi dan Persepsi Harga Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Mando', *Jurnal Emba,* 7.1 (2019)

Sekar, Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Jurnal Common*, 3.1 (2019)

Wawancara dengan Debby Wulansari Sebagai *Customer Service* Pada Jumat, 28 Juni 2024.

Yusriani, Skripsi: *" Pengaruh Produk Tabungan Simpel Bank BNI Terhadap Motivasi Menabung Siswa Pada MA YMPI RAPPANG"*, (IAIN,Parepare, 2019).

Zuhriyah, Naimatuz Skripsi: '*Implementasi Promotion Mix Tabungan Simpanan Pelajar iB Pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro'*, (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2018).