

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DI MASA
PANDEMI PADA BANK BTN SYARIAH CABANG
YOGYAKARTA**

Laporan Magang



Disusun oleh:

Salman Al Farisi
16213108

**Program Studi Keuangan dan Perbankan
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia
2021**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DIMASA
PANDEMI PADA BANK BTN SYARIAH
YOGYAKARTA**

LAPORAN MAGANG

**Laporan magang ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
Menyelesaikan jenjang Diploma III Fakultas ekonomi
Universitas Islam Indonesia**

Disusun oleh:

**Salman Al Farisi
16213108**

Program Studi keuangan dan Perbankan

Program Diploma III Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

2021

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN MAGANG

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN HAJI DIMASA
PANDEMI PADA BANK BTN SYARIAH
YOGYAKARTA



Disusun Oleh:

Nama : Salman Al Farisi

No. Mahasiswa : 16213108

Jurusan : Keuangan dan Perbankan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal: 20 April 2021

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aidha Trisanty'.

(Aidha Trisanty, SE, MM.)

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan magang sebagai Tugas Akhir ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan atau plagiarism karya orang lain. Apabila di kemudian hari telah terbukti bahwa pernyataan ini benar maka saya sanggup menerima hukuman sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 16 April

Salman Al Farisi



Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Masa Pandemi pada Bank BTN Syariah Yogyakarta”**.

Tugas Akhir ini dapat diselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak untuk itu pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

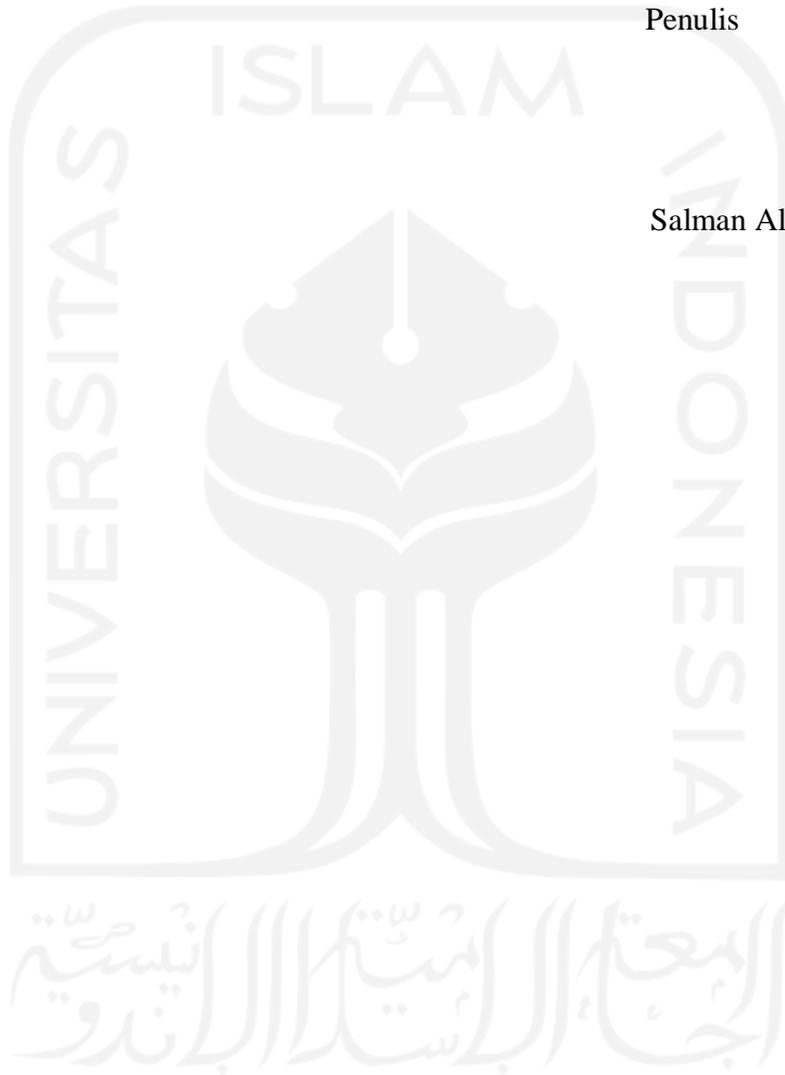
1. Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc. Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia,
2. Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Diploma III Ekonomi Universitas Islam Indonesia,
3. Diana Wijayanti, SE., M.Si selaku Ketua Prodi Perbankan dan Keuangan Universitas Islam Indonesia,
4. Aidha Trisanty, SE., MM, CCS selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir,
5. Rizqi Adhyka Kusumawati, SE., MBA selaku Dosen pembimbing Akademik,
6. Para karyawan Bank BTN Syariah Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman dan ilmunya kepada penulis,
7. Bapak/Ibu Dosen perbankan dan Keuangan universitas Islam Indonesia yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

8. Serta teman-teman kuliah yang telah memberikan kontribusi waktu dan pikirannya untuk membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 16 April 2021

Penulis

Salman Al farisi



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Dasar Pemikiran	1
1.2 Tujuan Magang.....	2
1.3 Target Magang.....	2
1.4 Lokasi Magang	3
1.5 Jadwal Pelaksanaan Magang	4
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Perbankan.....	5
2.1.1 Pengertian Bank.....	5
2.1.2 Pengertian Bank Syariah.....	5
2.1.3 Prinsip Bank Syariah	6
2.1.4 Definisi Produk.....	8
2.1.5 Produk Bank Syariah	8
2.1.6 Pengertian Strategi Pemasaran	9
2.1.7 Pengertian Tabungan	10
2.1.8 Pengertian Haji	10
2.1.9 Masa Pandemi	11
BAB III.....	12
ANALISA DESKRIPTIF.....	12
3.1 Data Umum	12
3.1.1 Sejarah BTN	12
3.1.2 Profil Bank	13
3.1.3 Visi dan Misi	13
3.1.4 Budaya Kerja.....	13
3.2 Data Khusus	14
3.2.1 Produk Tabungan Haji Pada Bank BTN Syariah Yogyakarta	14
3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank BTN Syariah Yogyakarta	16
3.2.3 Strategi Pemasaran Tabungan Haji dimasa Pandemi pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.....	18
Daftar Pustaka	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Lokasi Magang.....3



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan Magang.....**Error! Bookmark not defined.**



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran

Bagi umat Islam melaksanakan haji merupakan rukun Islam yang kelima, yang mewajibkan kepada seluruh umat Islam bagi yang mampu, untuk itu dana yang cukup besar diperlukan jika ingin menunaikan ibadah haji, sekarang banyak lembaga keuangan termasuk bank syariah seperti Bank BTN Syariah Yogyakarta yang membantu meringankan beban umat Islam terkait dana dengan mengeluarkan produk khusus yang mengurus ibadah haji.

Perkembangan perbankan syariah cukup pesat di daerah Yogyakarta, keadaan ini memungkinkan Bank BTN Syariah Yogyakarta mengkomunikasikan setiap produk yang dikeluarkan dapat tersampaikan dengan jelas kepada masyarakat agar mendapatkan kepercayaan kepada penggunaan produk yang ditawarkan.

Produk Tabungan Haji merupakan salah satu produk di Bank BTN Syariah Yogyakarta yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah (investasi)*, dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya (Nurhayati dan Wasilah, 2015:130).

Dimasa pandemi seperti saat ini merupakan suatu tantangan bagi strategi pemasaran agar Produk Tabungan Haji masih tetap stabil eksistensinya dipasarkan, strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk itu bank wajib memerlukan perhatian lebih pada sektor pemasaran.

Didukung dengan mayoritas masyarakat yang beragama Islam dan mempunyai pemahaman yang baik maka bank wajib merespon dengan strategi pemasaran yang layak agar menunjukkan keseriusan Bank BTN Syariah Yogyakarta sebagai bank dengan tingkat pemasaran yang baik.

Berdasarkan uraian di atas penulis dalam menyampaikan judul yang akan diangkat yaitu: **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di Masa Pandemi Covid-19 pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.**

1.2 Tujuan Magang

Tujuan pada kegiatan magang ini adalah untuk:

1. Mengetahui kendala pemasaran Produk Tabungan Haji di Masa Pandemi Covid-19 pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan nasabah tabungan haji selama pandemic Covid-19 pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.

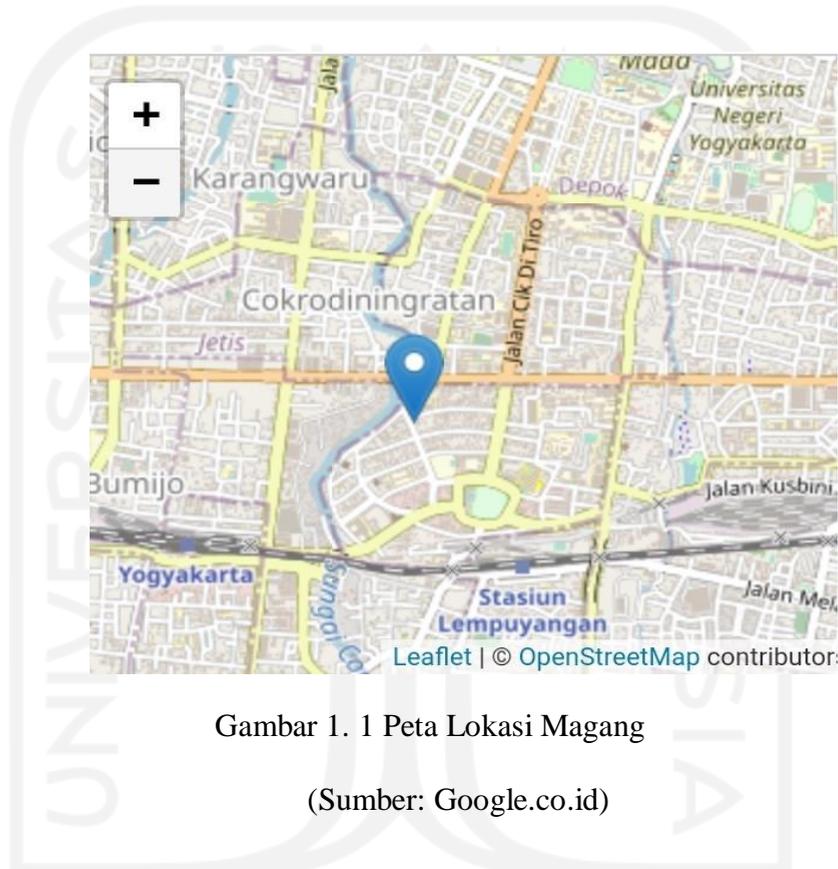
1.3 Target Magang

Target pada kegiatan magang ini adalah untuk:

1. Dapat menjelaskan kendala pemasaran Produk Tabungan Haji di Masa Pandemi Covid-19 pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.
2. Dapat menjelaskan strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan nasabah tabungan haji selama pandemic Covid-19 pada Bank BTN Syariah Yogyakarta.

1.4 Lokasi Magang

Magang dilaksanakan pada Bank BTN Syariah Yogyakarta yang beralamat di Jl. Faridan M Noto No.10, Kotabaru, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55224.



Gambar 1. 1 Peta Lokasi Magang

(Sumber: Google.co.id)

الجمعة الائمة الاندية
الاستد الاندية

1.5 Jadwal Pelaksanaan Magang

Tabel 1.1

Jadwal Kegiatan Magang

No	Kegiatan	Pelaksanaan Bulan ke-						
		1	2	3	4	5	6	7
1	Pembuatan proposal magang							
2	Pelaksanaan magang							
3	Pembuatan laporan magang							
4	Ujian Tugas Akhir							

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan

2.1.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan syariah, pada pasal 1 ayat 2 bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan atau bentuk lainnya dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup rakyat.

Bank adalah lembaga keuangan yang memiliki fungsi dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan serta memberikan jasa bank (Kasmir, 2012:12). Secara sederhananya bank merupakan lembaga *intermediary* yang menyediakan jasa penyimpanan dana, serta bekerja membantu masyarakat dalam mengelola usahanya dengan memberikan pinjaman, juga serta bersedia memberikan jasa lainnya seperti, kiriman uang (*transfer*), *Kliring*, *Inkaso*, *Save deposit Box*, Kartu Kredit (*Bank Card*), Bank Garansi, dan lainnya.

2.1.2 Pengertian Bank Syariah

Sederhananya Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menyimpan dan menyalurkan dana, dan pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang dapat memberikan kredit atau pembiayaan dan jasa-jasa lainnya pada lalu lintas pembayarannya serta melakukan

peredaran uang yang dikerjakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Sudarsono, 2012:29).

Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa pengertian Perbankan syariah pada pasal 1 ayat 1 adalah perbankan syariah adalah segala sesuatu yang mengenai Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), meliputi cakupan kegiatan usaha, kelembagaan, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usaha bank.

2.1.3 Prinsip Bank Syariah

Dalam Islam *maqashid* syariah merupakan ilmu yang diterapkan dalam melakukan *ijtihad* (upaya) guna melahirkan pendapat yang tidak bertentangan dengan syariat (hukum) untuk mewujudkan kebaikan dan mmbentengi keburukan (Ikatan Bankir Indonesia, 2016:5). *Maqashid* syariah terbagi menjadi lima bagian yaitu: agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

1. Memelihara Agama

- 1) *Dharuriyah*, memelihara dengan pelaksanaan kewajiban yang bersifat wajib, seperti membayar *zakat*, karena jika diabaikan akan mengancam eksistensi agama.
- 2) *Hajiyah*, melaksanakan ketentuan agama dengan maksud menghindari kesulitan, dibebaskan puasa ramadhan bagi para musafir.
- 3) *Tahsiniyah*, mengikuti petunjuk agama dalam kehidupan sehari-hari sebagai manusia yang teladan, sekaligus melengkapi pelaksanaan kewajiban kepada Allah Swt, seperti membersihkan badan, makan, tidur, melakukan aktivitas.

2. Memelihara Jiwa

- 1) *Dharuriyah*, Gambaran sederhananya memenuhi kebutuhan pokok manusia seperti makan dan minum.
- 2) *Hajiyat*, gambaran sederhananya diperbolehkan berburu binatang agar kamu bisa menikmati makanan yang halal dan lezat. Jika diabaikan tidak mengancam eksistensi kehidupan manusia, hanya mempersulit hidup.
- 3) *Tahsiniyat*, gambaran sederhananya seperti di tetapkannya tata cara berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

3. Memelihara Akal

- 1) *Dharuriyah*, seperti diharamkannya menonton film porno karena dapat berdampak buruk terhadap akal.
- 2) *Hajiyat*, kewajiban dalam menuntut ilmu pengetahuan.
- 3) *Tahsiniyat*, menjauh dari kegiatan yang tidak bermanfaat seperti, membicarakan keburukan orang.

4. Memelihara Keturunan

- 1) *Dharuriyah*, kewajiban menjaga dan memelihara keturunan.
- 2) *Hajiyat*, ditetapkannya ketentuan dalam memilih pasangan hidup.
- 3) *Tahsiniyat*, seperti disyaratkannya mahar saat lamaran pernikahan.

5. Memelihara Harta

- 1) *Dharuriyah*, kewajiban memelihara harta dan melarang menggunakan harta di jalan yang tidak di ridhoi oleh Allah Swt.
- 2) *Hajiyat*, ditetapkannya ketentuan syariat dalam jual beli barang.
- 3) *Tahsiniyat*, disyaratkannya wali dalam kepengurusan usaha.

2.1.4 Definisi Produk

Produk merupakan bagian penting dari suatu perusahaan atau wadah penunjang perkembangan perusahaan itu sendiri. Definisi Produk menurut Kotler dan Keller dalam Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati (2016: 92-121) segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

2.1.5 Produk Bank Syariah

Berikut ini adalah produk dan layanan yang ada pada bank Syariah:

1. Tabungan *Mudharabah*

Transaksi kerja sama antar pemilik dana yang memberikan modal dan pengelola dana (*mudharib*) yang akan mengelola dana dengan sistem bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah ditentukan.

2. Tabungan *Wadi'ah*

Prinsip titipan yang dititipkan kepada bank dalam bentuk tabungan dan pemberian imbalan bersifat apresiasi, imbalan tidak diwajibkan.

3. Giro *Mudharabah*

Dana disimpan dalam bentuk giro dan keuntungan diberikan sesuai dengan porsi bagi hasil (*nisbah*) yang telah disepakati diawal pembukaan rekening.

4. Giro Wadiah

Dana disimpan dalam bentuk giro tanpa adanya imbalan, namun bonus diperbolehkan sebagai bentuk apresiasi atas hasil yang didapat.

5. Deposito Mudharabah

Dana disimpan dalam bentuk *investasi* yang penarikannya dapat diambil sesuai waktu yang telah ditentukan dan dapat diperpanjang secara otomatis.

2.1.6 Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan kunci sukses dalam pengembangan dan memajukan sebuah perusahaan atau sebuah instansi dagang. Dalam strategi pemasaran tidak hanya tujuan dan sasaran yang diutamakan namun juga manfaat dari pemasarannya itu sendiri.

Berikut adalah penjelasan Tjiptono dalam Jurnal Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista (2017: 73-92) Strategi Pemasaran merupakan alat fundamental yang dirancang atau direncanakan untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dengan melakukan pengembangan keunggulan bersaing yang berkesinambungan lewat pasar yang dimasuki dan program yang digunakan untuk melayani pasar sasarannya.

Strategi pemasaran harus bersifat *dinamis* dalam artian mengikuti perubahan zaman serta mampu bersaing dan menanggapi perubahan tersebut, agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh sebuah perusahaan atau instansi dagang.

Dua faktor penting dalam strategi pemasaran yaitu faktor *eksternal* dan *internal*. Kedua faktor ini harus berjalan seimbang agar tidak terjadi sebuah kesalahan.

Faktor *eksternal* merupakan pendukung usaha yang terdapat diluar perusahaan atau instansi dagang seperti, lingkungan, budaya, sosial masyarakat. Faktor pendukung ini dikatakan penting dikarenakan berkesinambungan dengan produk atau barang dagangan yang akan di perjual belikan begitupun dengan budaya

masyarakat tempat pemasaran agar tidak terjadi kekecawaan pada produk yang dijual.

Faktor *internal* merupakan pendukung yang terdapat didalam sebuah perusahaan atau instansi dagang seperti karyawan, sumber daya organisasi, manajemen, pekerja/karyawan, teknologi, juga strategi pemasaran. Faktor pendukung ini dikatakan penting dikarenakan berkesinambungan dengan sasaran dan target pasar yaitu yang terdapat dalam faktor *eksternal*.

2.1.7 Pengertian Tabungan

Pengertian Tabungan pada umumnya menyisihkan sebagian harta kekayaan yang berlebih untuk cadangan masa depan. Sesuai perkembangan zaman, kegiatan tabung-menabung dapat dititipkan kepada bank, demi terhindarnya meminimalisirkan resiko yang terjadi seperti, kehilangan, kebakaran, kerusakan.

Pengertian Tabungan menurut Undang-Undang tentang perbankan No.10 Tahun 1998 pasal 1 (Ketentuan Umum) Pengertian Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan *cek*, *bilyet giro* dan atau alat lainnya yang diprsamakan dengan itu.

2.1.8 Pengertian Haji

Ibadah haji merupakan kegiatan dalam bentuk beribadah kepada sang pencipta, di tanah suci Mekah, Arab Saudi. Untuk itu kegiatannya dilakukan secara *spiritual* dan *khusuk* bagi umat Islam sesuai ketentuan yang berlaku.

Berikut adalah penjelasan Ghafur dalam Jurnal Prosesi Haji Dan Maknanya (2016: 30-44) Ibadah haji disamping napas tilas Nabi Ibrahim as. sekaligus sebagai tamu Allah akan terikat dengan protokoler. Tamu-tamu yang hadir diminta untuk memakai pakaian ikhram, thawaf, sa'i, wukuf di Arafah, menyembelih kurban melempar jumrah dan lain-lain.

2.1.9 Masa Pandemi

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia tentang Pandemi bahwa pengertian Pandemi sebagai wabah atau virus yang berjangkit serempak meliputi daerah geografis yang luas. Wabah virus Covid-19 yang dimulai penyebarannya dari Wuhan, China, pada Desember 2019, lalu merebak penyebarannya ke seluruh dunia termasuk di Indonesia, keadaan tersebut menjadikan sebagian besar usaha harus meraup kerugian diakibatkan tindakan *lockdown*, penutupan akses ke tempat yang diberlakukan.

BAB III

ANALISA DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah BTN

Perubahan mengenai peraturan perUndang-Undangan perbankan No. 7 Tahun 1992 menjadi UU No. 10 Tahun 1998 mengenai pelaksanaan *dual system banking* yaitu system perbankan konvensional dan perbankan syariah. Persaingan dalam pasar perbankan semakin ketat ditandai banyaknya bank-bank syariah baru untuk memenuhi kebutuhan pasar dan mengikuti perkembangan keuangan syariah. Peraturan Bank Indonesia Nomor 4/1/PBI/2002 yang dikeluarkan Bank Indonesia mengenai perubahan pada kegiatan usaha bank umum konvensional, jumlah bank syariah semakin bertambah banyak Unit Usaha Syariah. Pihak manajemen PT. Bank Tabungan Negara pada tanggal 12 Desember 2013 melakukan penyusunan perubahan anggaran dasar dan rencana kerja dan untuk membuka UUS agar dapat bersaing di pasar perbankan syariah.

Pada tanggal 15 Desember 2004, Bank BTN telah menerima surat persetujuan dari Bank Indonesia, surat No.6/1350/DPbs tentang persetujuan BI mengenai Kantor Cabang Syariah pada Bank BTN. Pada tanggal tersebut sehingga secara resmi sebagai hari lahirnya BTN Syariah. Direksi PT. BTN telah resmi pertama kalinya membuka Kantor Cabang Syariah (KCS) di Jakarta pada tanggal 14 Februari 2005. Selanjutnya dengan dibukanya KCS di Bandung, Surabaya yang secara berturut-turut serta tanggal 4 April 2005 KCS di Yogyakarta dan KCS di Makassar, KCS di Malang dan Solo.

3.1.2 Profil Bank

BTN Syariah sebagai *Strategic Business Unit* (SBU) dari induk Bank BTN dengan operasional pada prinsip syariah, melalui pembukaan Kantor Cabang Syariah pertama di Jakarta pada 14 Februari 2015. BTN Syariah selanjutnya mendirikan kantor cabang di kota-kota besar seperti Surabaya, Yogyakarta, hingga saat ini kantor cabang terbaru di kota Mataram.

Pembukaan Unit Usaha Syariah ini untuk melayani minat dan kebutuhan masyarakat dan peluang pasar dalam memanfaatkan industry jasa keuangan syariah terutama pada sektor perumahan dan industri.

3.1.3 Visi dan Misi

Visi dari bank BTN Syariah adalah menjadi bank syariah yang terdepan di Indonesia dalam pembiayaan perumahan dan industri. Sedangkan misi Bank BTN Syariah yaitu menyediakan produk dan jasa yang inovatif serta menyediakan layanan unggul yang fokus pada pembiayaan perumahan dan industri, mengembangkan *human capital* yang berkualitas dan memiliki integritas tinggi pada seluruh pegawai serta penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) dan *Compliance* serta meningkatkan keunggulan kompetitif melaluia Teknologi Informasi terkini dan memperdulikan kepentingan lingkungan dan masyarakat.

3.1.4 Budaya Kerja

Bank BTN Syariah Kantor Cabang Yogyakarta memiliki 3 (tiga) budaya kerja perusahaan sebagai berikut:

- 1) Keterlibatan jajaran pimpinan dalam mengenali potensi dan karakteristik pegawai (*know your customer*) serta mendorong perubahan perilaku pegawai.

- 2) Sinergi untuk layanan dan kinerja terbaik.
- 3) Mendorong inovasi untuk mewujudkan proses kerja yang unggul (*Innovation to Deliver Excellent Process*).

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Tabungan Haji Pada Bank BTN Syariah Yogyakarta

Produk tabungan untuk merencanakan ibadah haji berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad “*Mudharabah Mutlaqah*” (Investasi), yang merupakan kerja sama antara dua pihak dengan keuntungan dan kerugian dibagi menurut nisbah yang disepakati dimuka.

A. Manfaat dan Keuntungan Produk Tabungan Haji pada bank BTN Syariah Yogyakarta

Manfaat dan keuntungan Tabungan Haji pada Bank BTN Syariah yaitu:

1) Biaya bebas administrasi

Pada produk Tabungan Haji di BTN Syariah, nasabah tidak dibebankan biaya administrasi setiap bulannya.

2) Mudah memperoleh nomor porsi ibadah haji

BTN Syariah merupakan salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah haji (BPS BPIH). Oleh karenanya, nasabah yang membuka tabungan haji pada BTN Syariah dapat langsung melakukan pendaftaran haji melalui Sistem Koordinasi Haji Terpadu (SISKOHAT) Kementerian Agama yang juga dapat diakses langsung oleh BTN Syariah. Nasabah dapat mendaftarkan hajinya jika telah memiliki saldo minimal Rp25 juta rupiah.

3) Bagi hasil yang kompetitif

Selain bebas biaya administrasi, nasabah tetap mendapatkan bagi hasil atas dana yang ada pada tabungan sesuai porsi saldo dan nisbah yang disepakati. Mendapat imbalan bagi hasil yang menarik sesuai dengan nisbah yang disepakati bersama bank 84.15% Nasabah 15.5% (bisa berubah sewaktu waktu).

4) Imbalan hasil dapat diautodebet untuk zakat, Infaq dan Shadaqah.

Nasabah dapat memanfaatkan fasilitas autodebet dimana secara otomatis setiap bulannya dapat dipotong zakat, infaq dan sodaqoh.

5) Mendapatkan souvenir yang menarik untuk kelancaran Ibadah Haji.

Sebagai bagian dari promosi BTN Syariah dan apresiasi terhadap nasabah yang mendaftarkan hajinya melalui BTN Syariah, bank memberikan souvenir bagi nasabah yang umumnya berupa tas, mukenah, kain ihram dan buku panduan berhaji.

6) Dapat bertransaksi melalui seluruh kantor cabang Bank BTN Syariah

BTN Syariah memiliki kantor cabang yang tersebar dibanyak daerah. Selain itu layanan *office channeling* juga dapat dimanfaatkan nasabah dengan melaksanakan transaksi melalui kantor layanan konvensional. Nasabah juga dapat melakukan transaksi penyetoran melalui fasilitas *e-banking*.

B. Syarat dan ketentuan pembukaan produk Tabungan Haji pada Bank BTN Syariah Yogyakarta

Berikut ini adalah syarat dan ketentuan pembukaan produk Tabungan Haji pada Bank BTN Syariah:

1) Mengisi formulir pembukaan rekening

Nasabah mengisi formulir berupa Customer Information File (CIF) bagi nasabah baru/belum pernah memiliki rekening di BTN Syariah. Selain itu nasabah mengisi formulir pembukaan rekening dan lembar akad.

2) Melampirkan kelengkapan dokumen yang dibutuhkan. Kelengkapan dokumen tersebut berupa *copy* identitas (KTP).

3) Melakukan setoran awal ke Teller sesuai ketentuan minimal setoran.

4) Rekening dinyatakan aktif dan bisa digunakan secara efektif setelah disetujui dan diaktifkan oleh bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Bank.

5) Jika saldo nasabah telah mencukupi sebesar Rp25 juta rupiah, bank akan mendaftarkan nasabah kedalam sistem pendaftaran haji untuk mendapatkan porsi haji.

3.2.2 Strategi Pemasaran Tabungan Haji pada Bank BTN Syariah Yogyakarta

Strategi pemasaran sangat penting dalam mengembangkan suatu perusahaan termasuk Bank BTN Syariah Yogyakarta. Kesadaran dalam pengembangan perusahaan melalui pemasaran produk juga jasa layanan, sehingga perusahaan perlu menaruh perhatian.

Produk Tabungan Haji dikhususkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji, sehingga keinginannya dapat terpenuhi. Kemajuan zaman mendorong lembaga keuangan untuk bersikap adaptif.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank BTN Syariah Yogyakarta untuk Tabungan Haji yaitu:

1) Produk

Produk Tabungan Haji merupakan sarana penghimpunan dana perusahaan, dengan menggunakan akad sesuai syariah yaitu “*Mudharabah Mutlaqah* (investasi),” bank menggunakan sistem bagi hasil (*nisbah*). Dengan adanya produk tersebut dapat disimpulkan bahwa bank berupaya mendukung perencanaan Ibadah Haji dengan sistem sesuai ketentuan syariat.

2) Biaya

Biaya yang dikenakan bagi nasabah yang ingin membuka Tabungan Haji sangat terjangkau, dengan harga Rp. 100.000 nasabah sudah memiliki kesempatan untuk bernagkat haji.

3) Promosi

Promosi diperlukan sebagai bagian dalam memasarkan suatu produk, bank sebgai besar memasarkan kepada instansi seperti perusahaan travel, yang dananya dialirkan ke bank.

Kerjasama BTN Syariah dalam pemasaran produk tabungan haji sangat beragam, misalnya:

1) Bekerja sama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) yang ada di wilayah DI Yogyakarta. Kerjasama dengan KBIH sangat membantu pemasaran tabungan haji karena dapat dilakukan secara kolektif kepada calon nasabah.

2) Melakukan sosialisasi ke kelompok-kelompok pengajian terkait produk yang ada sehingga masyarakat dapat lebih mengenal BTN Syariah

3) Promosi melalui penyebaran brosur

4) Sosialisasi kolektif ke instansi-instansi seperti sekolah maupun instansi swasta

Strategi Pemasaran Tabungan Haji dimasa Pandemi pada Bank BTN Syariah Yogyakarta

Dalam menghadapi situasi yang tengah mengalami penurunan penjualan Bank BTN Syariah Yogyakarta melakukan pengembangan strategi pemasaran agar terwujudnya pencapaian target. Berikut Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Yogyakarta untuk Tabungan Haji Pada Masa Pandemi:

1) Membangun *Branding*

Daya tarik bagi konsumen berguna untuk menciptakan peluang agar mendapatkan kepercayaan terhadap produk atau jasa yang disediakan oleh bank BTN Syariah Yogyakarta.

2) Melaksanakan Prosedur Kesehatan

BTN Syariah memberikan jaminan keamanan bagi nasabah yang bertransaksi dengan menjaga kebersihan area kantor dan melaksanakan protokol kesehatan sehingga nasabah merasa aman dan nyaman

3) Meningkatkan Pemanfaatan *e-banking*

Untuk menjaga keamanan nasabah, BTN Syariah memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan transaksi melalui fasilitas e-banking sehingga tidak harus bertransaksi secara langsung di kantor BTN Syariah.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka terdapat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Produk tabungan Haji pada Bank BTN Syariah Yogyakarta adalah sarana penyimpanan dana untuk biaya perjalanan ibadah haji calon Jemaah haji, dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, bank menjanjikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah atas simpanannya.
- 2) Keunggulan produk tabungan Haji pada bank BTN Syariah Yogyakarta adalah memperoleh profit dari bagi hasil yang diperoleh, syarat pembukaan mudah, dan setoran diawal pembukaan sebesar RP. 100.000.
- 3) Strategi pemasaran produk tabungan Haji pada Bank BTN Syariah Yogyakarta terdiri dari beberapa elemen yaitu produk, biaya, promosi. Selama pandemi BTN Syariah melaksanakan protokol kesehatan dalam melayani nasabah dan memberikan edukasi kepada nasabah agar melaksanakan transaksi secara *online* demi keamanan dan kenyamanan.

4.2 Saran

Berdasarkan pada kesimpulan diatas maka terdapat saran sebagai berikut:

- 1) Tetap mengupayakan produk tabungan Haji sebagai produk unggulan
- 2) Melaksanakan promosi secara berkelanjutan agar produk makin dikenal

DAFTAR PUSTAKA

- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2015. *Akuntansi Syariah di Indonsia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani dan Tazkia Cendekia.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2016. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mubarok, Nurul. 2017. Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *Islamic Marketing Strategy*, 20, 73-92
- Sudarsono, Ahmad. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonosia
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lmbaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah
- Mubarok, N. (2017). STRATEGI PEMASARAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BUTIK CALISTA. *I-Economic Vol.3. No 1. Juni 2017*, 73-92.
- Budiharja, G. E., dan Riyono (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA DI KOTA PATI . *JURNAL STIE SEMARANG, VOL 8, NO 2, Edisi Juni 2016* , 92-121.
- Istianah. (2016). Prosesi Haji Dan Maknanya . *Esoterik: Jurnal Akhlak dan Tasawuf Volume 2 Nomor 1 2016*, 30-44.
- Undang-Undang Republik Indonsia Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perbankan
- Pandemi. 2016. Pada KBBI Daring. Diambil 10 maret 2020, dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pandemi>
- PT. Bank Tabungan Negara Syariah. (2019). Tentang Bank Tabungan Negara. Jakarta: (<https://www.btn.co.id/Tentang-Kami>), diakses 10 maret 2020