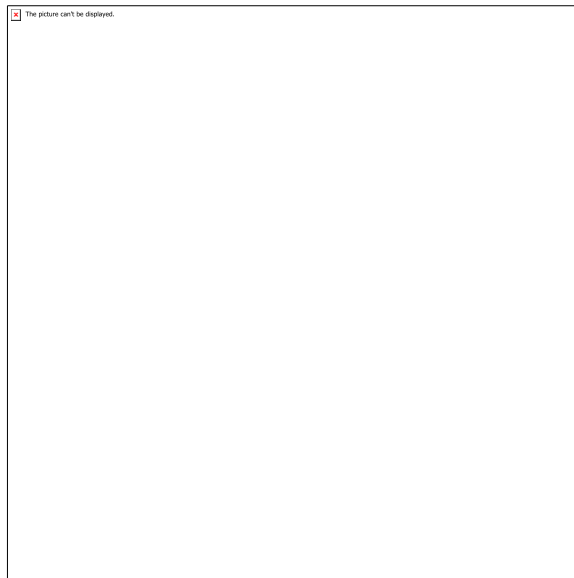


**Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah
Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah
Indonesia KCP FTS UII**



**Disusun oleh
Nadia Margaretta
20213042**

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN,
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA,
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2024**

***Analisis Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah
Memilih Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah
Indonesia KCP FTS UII***



**Skripsi ini disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan
menjadi Sarjana Terapan**

**Disusun Oleh
Nadia Margaretta
20213042**

**PROGRAM STUDI ANALISIS KEUANGAN,
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA,
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan di lingkungan Universitas Islam Indonesia maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Juli 2024



Nadia Margaretta

20213042

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian Skripsi.

Yogyakarta,
Pembimbing



Nur Ellyanawati Esty R., SE., MM.
162131301

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, SE., MM.
052130103

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Analisis Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII* telah dipertahankan dalam ujian wawancara dan diterima sebagai syarat untuk menjadi Sarjana Terapan Program Studi Analisis Keuangan, Program Sarjana Terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, pada tanggal 29 Juli 2024.

Tim penguji

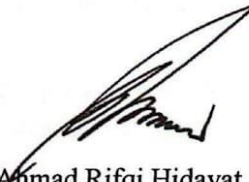
Penguji I,



Nur Ellyanawati Esty R., SE., MM.

162131301

Penguji II,



Ahmad Rifqi Hidayat, S.IP., M.M.

182131301

Mengesahkan,



Dr. Phil. Ninik Sri Rahayu, SE., MM.

052130103

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya, saya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh rasa terima kasih kepada kedua orang tua saya, dengan penuh rasa syukur dan cinta, saya ingin mengucapkan terima kasih yang dalam kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang telah menjadi tiang penyangga, sumber inspirasi, dan pendorong utama dalam perjalanan hidup saya. Kasih sayang, doa, dan bimbingan tak henti mereka telah membimbing langkah-langkah saya menuju pencapaian ini. Kepada Ayah Gunawan dan Ibu Retno Pita Yuliyanti, persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta yang tulus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala, atas segala limpahan Rahmat-Nya beserta Karunia-Nya. Shalawat serta salam yang senantiasa turunkan kepada baginda Nabi Muhammad Shalallahu'Alaihi Wassalam, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini yang berjudul terkait Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

Penelitian ini bertujuan untuk sebagai salah satu persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada Program Studi Analisis Keuangan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Diharapkan hasil studi ini akan memberikan kontribusi terhadap akademik, mahasiswa, instansi, dan juga penelitian selanjutnya. Atas tersusunnya laporan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih khususnya kepada:

1. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan berkah-Nya yang telah membimbing langkah-langkah saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua penulis, yang selalu memberi kepercayaan penulis dan membiarkan penulis meng-*explore* apa yang di cita-citakan.
3. Kepada Ibu Nur Ellyanawati Esty Rahayu SE., MM., selaku dosen pembimbing magang dan skripsi yang sudah meluangkan waktunya untuk membimbing sampai dengan terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
4. Kepada Bapak/Ibu karyawan, staf dan rekan di BSI KCP FTS UII yang telah memberikan kesempatan saya untuk menambah pengalaman dan wawasan dalam ilmu perbankan, serta mendukung penulis dengan baik untuk dapat berproses selama pelaksanaan penelitian.
5. Kepada Bapak/Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu dan wawasan pembelajaran selama ini.
6. Kepada sahabat-sahabat terbaik, Wiwid Puspitasari, Annisa Putri Melita, Aisyah Affani, Dea Atsani, Setyowati Wahyu Utami, Nadya

Mestika, Elnath Mahesa, dan Panji Anglir Kusuma, terima kasih atas dukungan tanpa syarat dari kalian. Terima kasih atas kehadiran dan semangat yang tiada henti. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan terima kasih yang tulus atas segala kenangan dan dorongan dari hati.

7. Kepada diri penulis sendiri, Nadia Margareta terima kasih telah bertahan sejauh ini, selalu berusaha yang terbaik, dan senantiasa berupaya untuk menemukan kedamaian serta memberikan kasih sayang pada diri sendiri.

Penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menjadi bahan referensi untuk mahasiswa lain yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya. Semoga Allah Swt berkenan membalas segala kebaikan pihak yang sudah terlibat dalam penulisan laporan skripsi ini. Dengan ini penulis sampaikan terimakasih atas perhatian pembaca.

Yogyakarta, 2024

Nadia Margareta
20213042

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Akademisi	3
1.4.2 Manfaat Praktis	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	4
2.1 Bank Syariah	4
2.1.1 Prinsip Operasional Bank Syariah	4
2.1.2 Produk Pendanaan pada Bank Syariah.....	5
2.2 Tabungan	7
2.2.1 Tabungan dengan Akad <i>Wadiah</i>	8
2.2.2 Landasan Syariah Tabungan <i>Wadiah</i>	10

2.4.1	Jenis-Jenis <i>Wadiah</i>	10
2.3	<i>Marketing Mix</i>	11
2.4	Minat Nasabah.....	16
2.4.1	Indikator Minat	16
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	17
2.5	Penelitian Terdahulu	18
2.6	Persamaan Dengan Penelitian Terdahulu	26
2.7	Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu	26
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.2	Desain Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1	Populasi	28
3.3.2	Sampel.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1	Data Primer.....	29
3.4.2	Data Sekunder.....	30
3.5	Keabsahan Data.....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1	Deskripsi Umum PT Bank Syariah Indonesia	35
4.1.2	Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia	36
4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	36
4.1.4	Struktur Organisasi.....	36

4.1.5 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia	37
4.1.6 Struktur Organisasi dan Tata Kelola	41
4.2 Analisis Data	42
4.2.1 Strategi <i>Marketing Mix</i> dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan <i>Easy Wadiah</i> di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII. ..	44
4.2.2 Persepsi Nasabah Terhadap <i>Marketing Mix</i> Dalam Penggunaan Tabungan <i>Easy Wadiah</i> di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.	60
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Implikasi.....	73
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
INSTRUMEN PENELITIAN	81
SURAT KETERANGAN HASIL PINDAI UJI KEMIRIPAN NASKAH	138
RIWAYAT HIDUP PENULIS	139
LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Kinerja Keuangan Utama BSI 2023	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara.....	140
Lampiran 2 Laporan Tahunan 2023 PT Bank Syariah Indonesia Tbk.....	141
Lampiran 3 <i>Website</i> BSI.....	142

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan terkait strategi *marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah dan persepsi nasabah terhadap *marketing mix* dalam penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII. Metode penelitian yang digunakan adalah melalui wawancara dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product, price, place, promotion* memiliki pengaruh besar terhadap minat nasabah. Implikasi dari penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII perlu memperkuat strategi pemasaran secara menyeluruh untuk meningkatkan minat nasabah terhadap Tabungan *Easy Wadiah*. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif di industri perbankan syariah.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Minat Nasabah, Tabungan *EasyWadiah*, Bank Syariah KCP FTS UII.

Abstract

This research aims to find out and explain the marketing mix strategy in increasing customer interest and customer perceptions of the marketing mix in using Easy Wadiah Savings at Bank BSI KCP FTS UII. The research method used is through interviews and document analysis. The research results show that product, price, place, promotion have a big influence on customer interest. The implication of this research is that Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII needs to strengthen its overall marketing strategy to increase customer interest in Easy Wadiah Savings. It is hoped that this research can help in developing more effective marketing strategies in the sharia banking industry.

Keywords: Marketing Mix, Customer Interest, EasyWadiah Savings, Sharia Bank KCP FTS UII

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan sebagai lembaga *intermediary*. Dunia perbankan terbagi menjadi dua yaitu bank konvensional dan bank syariah. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (selanjutnya disebut UU Perbankan) mendefinisikan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Baidi & Yuherawan, 2023). Bank berperan dalam mengumpulkan dana dari individu yang memiliki surplus keuangan dan memberikannya sebagai pinjaman kepada mereka yang membutuhkan, dengan menghindari bunga atau riba dalam proses operasionalnya. Ini dicapai melalui prinsip-prinsip muamalah Islam dalam perbankan syariah, yang mengutamakan penerapan hukum Islam dalam bentuk Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Anggreni & Hanifuddin, 2021). Bank syariah didirikan di Indonesia sekitar tahun 90-an dan terus berkembang hingga mengambil peran penting dalam industri perbankan syariah. Selain itu, bank syariah di Indonesia berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan keuangan berbasis syariah. Krisis multidimensi yang dialami negara Indonesia telah melahirkan semacam fakta bahwa bank yang menggunakan sistem konvensional kurang mampu bertahan, sedangkan bank non konvensional atau syariah yang sudah dirintis dan berjalan, dianggap cukup mampu dalam menghadapi krisis di Indonesia.

Bank BSI, sebagai bagian dari sektor perbankan syariah, bertujuan untuk memenuhi kebutuhan umat Islam dalam mengelola dana mereka melalui jasa keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Salah satu produk simpanan terkemuka dari Bank BSI adalah Tabungan *Easy Wadiah*, yang menawarkan beragam produk dan layanan perbankan dengan strategi pemasaran yang efektif (Istikharoh, Fitriyani, & Purwanto, 2024). BSI menyatakan bahwa Tabungan *Easy*

Wadiah adalah tabungan berprinsip *wadiah* dengan akad *wadiah yad-dhamanah*, yang berarti BSI dapat memanfaatkan dana yang dititipkan atau disimpan oleh nasabah. Akibatnya, jika uang dikelola oleh bank atau penyimpan dana atau bank dan dapat menghasilkan keuntungan, maka seluruh keuntungan akan dimiliki bank tersebut. Bank juga dapat memberikan bonus atau hadiah kepada pemilik atau nasabah tanpa perjanjian sebelumnya. Setiap bank syariah menawarkan berbagai macam produk dan jasa yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bank syariah terlibat dalam persaingan saat menjual produk-produk mereka, perlu adanya strategi pemasaran yang didalamnya terdapat bauran pemasaran atau *marketing mix*, yang ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan pasar (Asmawati, Trimulato, & Ismawati, 2022).

Sangat penting bagi masyarakat Indonesia, terutama mayoritas Islam, untuk berkontribusi dengan menggunakan layanan Bank BSI (Tanjung & Hasibuan, 2022). Dalam penelitian ini penulis menemukan bahwa penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* masih kurang diminati, karena kurangnya fitur spesifik, kurang dikenal dan dipromosikan. Akibatnya produk Tabungan *Easy Wadiah* kurang dikenal atau kurang menarik perhatian nasabah potensial. Selain itu, persepsi nasabah terhadap Tabungan *Easy Wadiah* mungkin tidak sebaik persepsi nasabah terhadap Tabungan iB Haji. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya informasi atau kepercayaan terhadap manfaat dan keamanan produk ini. Produk Tabungan *Easy Wadiah* mungkin menghadapi persaingan ketat dari produk tabungan lain pada bank konvensional yang menawarkan manfaat atau fitur yang lebih menarik. Dalam pasar yang kompetitif, produk yang memiliki benefit tetapi kurang dikenal masyarakat atau tidak menonjol dengan fitur unggul atau nilai tambah dapat kurang diminati. Oleh karena itu, Bank BSI KCP FTS UII harus terus memasarkan produk Tabungan *Easy Wadiah* dengan lebih intens. Dari permasalahan yang sudah dipaparkan di atas maka topik ini relevan untuk diteliti lebih dalam terkait **Analisis Marketing Mix Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana strategi *marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII?
2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap *marketing mix* dalam penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai didalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menjelaskan strategi *marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.
2. Untuk menjelaskan persepsi nasabah terhadap *marketing mix* dalam penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademisi

Bagi para akademisi, penelitian tentang Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII dapat memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan ilmu di bidang keuangan, khususnya dalam konteks perbankan syariah terkait produk tabungan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk menentukan upaya atau langkah yang dilakukan lembaga keuangan untuk meningkatkan minat nasabah dalam penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank BSI KCP FTS UII.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 dengan tegas mengatur tentang perbankan syariah. Undang-undang ini memuat ketentuan mengenai pelaksanaan, kegiatan usaha baik dalam menghimpun ataupun menyalurkan dana, serta larangan bagi Bank Syariah dan juga Unit Usaha Syariah. Bank syariah dan bank konvensional memiliki kesamaan bertindak sebagai perantara antara individu atau entitas yang memiliki kelebihan dana dan yang kekurangan dana (Muyasaroh, 2022) Bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang selaras dengan hukum Islam, berdasarkan Al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Bank syariah menolak sistem bunga atau riba dalam setiap transaksi dan tidak menerapkan yang dianggap haram dalam Islam, ini merupakan suatu aspek yang tidak diterapkan oleh bank konvensional (Ibrahim, 2022).

2.1.1 Prinsip Operasional Bank Syariah

Bank syariah mengikuti prinsip-prinsip operasional yang didasarkan pada Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Beberapa prinsip ini mencakup ketiadaan riba (bunga), keadilan dalam transaksi, berbagi risiko antara pihak-pihak yang terlibat, serta larangan terhadap investasi dalam bisnis yang dianggap tidak halal menurut syariah (Supriadi & Ismawati, 2020):

1. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan dalam bank syariah diterapkan dengan memberikan kompensasi berdasarkan hasil dan kesepakatan awal antara bank dan nasabah, yang harus dilakukan dengan amanah dan mengembalikan keuntungan yang telah disepakati.

2. Prinsip Kesederajatan

Bank syariah memperlakukan semua nasabah, baik yang menyimpan dana maupun yang menggunakan dana, secara setara tanpa membedakan, dengan hak, kewajiban, risiko, dan keuntungan yang sama bagi semua.

3. Prinsip Ketentraman

Produk-produk bank syariah sesuai dengan prinsip-prinsip dan aturan muamalah Islam, termasuk larangan terhadap riba dan kewajiban penerapan zakat.

2.1.2 Produk Pendanaan pada Bank Syariah

Perlu diketahui, yang membedakan produk bank konvensional dan syariah adalah pendekatan mereka terhadap sistem keuntungan, yaitu bank konvensional menggunakan sistem bunga sementara bank syariah menggunakan sistem bagi hasil (Hotdiana, Nasution, & Nasution, 2023). Produk pendanaan:

1. Tabungan

Tabungan, sebagai simpanan pihak ketiga, memberikan kebebasan kepada pelanggan untuk menarik uang nasabah kapan saja tanpa batasan waktu. Ini adalah tempat di mana nasabah menyimpan uang mereka dalam bentuk rekening tabungan. Bank syariah umumnya menawarkan dua jenis tabungan yang berbeda, yakni tabungan dengan prinsip akad *wadiah* dan akad *mudharabah*. Berikut adalah penjelasan singkat tentang keduanya:

- a. Tabungan dengan akad *wadiah*: Dalam akad *wadiah*, nasabah menyetor uangnya kepada bank untuk dijaga dan diamankan. Bank bertanggung jawab untuk menjaga dan mengelola uang tersebut dengan aman. Bank menjamin bahwa uang nasabah akan dikembalikan secara penuh ketika nasabah meminta penarikan, tanpa memberikan imbalan atau bagi hasil kepada nasabah atas simpanannya. Akad *wadiah* sering digunakan untuk tabungan dengan risiko yang rendah.
- b. Tabungan dengan akad *mudharabah*: Dalam akad *mudharabah*, nasabah dan bank berkolaborasi dalam usaha dengan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan sebelumnya. Nasabah menyimpan uangnya di bank, yang kemudian digunakan oleh bank untuk investasi atau kegiatan usaha yang halal. Keuntungan dari investasi ini dibagi antara bank dan nasabah sesuai kesepakatan awal. Namun, jika usaha tidak menghasilkan keuntungan atau mengalami kerugian, nasabah dapat mengalami kerugian sesuai dengan bagian kepemilikan modalnya. Kedua jenis tabungan ini mengikuti prinsip-prinsip syariah, termasuk larangan terhadap riba dan larangan berinvestasi dalam kegiatan yang dianggap haram (Fitriana, 2021).

2. Giro

Secara umum, istilah giro dengan akad *wadiah* tidak umum dalam konteks perbankan syariah. Giro biasanya merujuk pada rekening yang digunakan untuk transaksi pembayaran, penarikan, dan penerimaan dana, sedangkan akad *wadiah* adalah prinsip dasar dalam perbankan syariah yang mengatur tentang simpanan dana. Dalam praktik perbankan syariah, prinsip *wadiah* dapat diterapkan dalam produk giro. Rekening giro dengan akad *wadiah* mengacu pada rekening giro yang beroperasi berdasarkan prinsip *wadiah*, di mana bank bertindak sebagai wakil untuk mengelola dan menjaga dana nasabah dengan aman, tanpa memberikan imbalan atau bagi hasil atas dana tersebut. (AR, Fabanyo, Salam, Asmawiyah, & Toto, 2022).

3. Deposito

Deposito adalah simpanan pihak ketiga dalam mata uang rupiah atau valuta asing yang tidak dapat ditarik atau diperjualbelikan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan. Deposito syariah beroperasi berdasarkan prinsip *mudharabah*, bank berperan sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah sebagai pemilik dana (*shahibul mal*). Berikut adalah beberapa ciri umum dari deposito dalam konteks bank syariah:

a. Jangka Waktu

Deposito syariah memiliki durasi atau jangka waktu tetap yang telah disetujui oleh bank dan nasabah. Jangka waktu ini bervariasi, mulai dari beberapa bulan hingga beberapa tahun, tergantung pada perjanjian yang dibuat antara kedua belah pihak.

b. Imbalan (Bagi Hasil)

Keuntungan yang diperoleh dari deposito syariah berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*). Bank menginvestasikan dana yang didepositkan oleh nasabah untuk usaha atau kegiatan yang halal, dan hasil keuntungan dari investasi tersebut dibagi antara bank dan nasabah sesuai dengan kesepakatan awal.

c. Risiko

Menurut prinsip *mudharabah*, risiko dalam deposito syariah dibagi antara bank sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemilik dana. Jika investasi yang

dilakukan oleh bank tidak menghasilkan keuntungan, nasabah dapat mengalami kerugian sesuai dengan bagian kepemilikan modalnya.

d. Penarikan Prematur

Deposito syariah umumnya memiliki ketentuan terkait penarikan dana sebelum jangka waktu deposito berakhir. Jika nasabah melakukan penarikan dana sebelum jangka waktu berakhir, biasanya akan ada penalti atau pengurangan dari keuntungan yang akan diterima.

e. Kepatuhan Syariah

Produk deposito syariah dirancang dan dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yang meliputi larangan terhadap riba (bunga) dan larangan untuk berinvestasi dalam kegiatan yang dianggap tidak halal menurut ajaran Islam.

2.2 Tabungan

Tabungan merupakan sebagian dari penghasilan individu atau keluarga yang disimpan atau diinvestasikan untuk keperluan di masa mendatang. Tabungan dapat ditempatkan dalam berbagai bentuk, seperti simpanan di bank, deposito, reksa dana, obligasi, saham, atau bentuk investasi lainnya (Putri & Aravik, 2021). Cara penarikan tabungan juga bergantung pada perjanjian antara bank dan nasabah. Selain itu, metode penarikan juga tergantung pada persetujuan antara bank dan penabung. Berikut ini adalah alat penarikan yang digunakan:

1. Buku Tabungan

Buku tabungan adalah dokumen fisik yang diberikan oleh bank kepada nasabah sebagai bukti setoran dan penarikan dana dari rekening tabungan mereka. Buku tabungan ini mencatat riwayat transaksi nasabah, seperti tanggal setoran, jumlah yang disetor, dan saldo yang tersisa. Biasanya, buku tabungan digunakan untuk melacak aktivitas keuangan secara manual sebelum adanya teknologi digital yang mendukung layanan perbankan online (Kusnadi & Lisnawati, 2020).

2. Slip Penarikan

Slip penarikan adalah dokumen yang diberikan oleh bank kepada nasabah sebagai bukti bahwa mereka telah melakukan penarikan dana dari rekening tabungan atau rekening lainnya. Slip ini mencatat detail transaksi seperti tanggal penarikan, jumlah yang ditarik, serta saldo yang tersisa setelah penarikan.

tersebut dilakukan. Slip penarikan juga sering kali mencantumkan informasi tambahan seperti nama nasabah dan nomor rekening untuk keperluan administrasi dan pelacakan transaksi (Ramadan, 2021).

3. ATM

ATM adalah singkatan dari "*Automated Teller Machine*" atau mesin *teller* otomatis. Ini adalah perangkat elektronik yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan seperti penarikan uang tunai, cek saldo, transfer dana, dan pembayaran tagihan, tanpa perlu mengunjungi cabang bank secara langsung (Nuryana, 2022).

4. Sarana Lainnya

Sarana lainnya bisa merujuk kepada berbagai jenis fasilitas atau alat yang digunakan untuk mendukung atau memfasilitasi kegiatan tertentu. Ini bisa termasuk teknologi, infrastruktur, atau perangkat lain yang digunakan untuk mencapai tujuan atau mempermudah proses tertentu. Misalnya, dalam konteks perbankan, sarana lainnya dapat mencakup *internet banking*, *mobile banking*, mesin ATM, atau layanan *customer service* (Sabana, 2021)

2.2.1 Tabungan dengan Akad *Wadiah*

Wadiah dapat juga didefinisikan sebagai penitipan dana atau barang kepada individu atau perusahaan. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 7/46/PBI/2005 tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bagi Bank Yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah, *wadiah* adalah penitipan dana atau barang dari pemilik dana atau barang kepada penyimpan dana atau barang, dengan pihak yang menerima titipan bertanggung jawab untuk mengembalikannya setiap saat. Prinsip *wadiah* dalam perbankan syariah merujuk pada penitipan dana nasabah kepada bank, di mana bank bertugas sebagai pemelihara atau pengawas dana tersebut.

Bank memiliki tanggung jawab untuk menjaga dan mengamankan dana nasabah dengan hati-hati, serta tidak diizinkan untuk menggunakan dana tersebut untuk kepentingan pribadi atau investasi yang melibatkan riba (bunga). Sebagai gantinya, nasabah tidak mendapat imbalan atau bunga atas simpanan mereka, sesuai dengan prinsip *wadiah* yang tidak memperbolehkan konsep bunga. *Yad al-amanah*,

yang berarti tangan amanah, adalah istilah yang menggambarkan penerima simpanan. Penerima simpanan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan kecuali disebabkan oleh kelalaian atau kecerobohan saat menjaga barang titipan. Uang, barang, dan dokumen berharga adalah contoh dari titipan murni (Matondang, 2021).

Tabungan *wadiah* adalah salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh bank syariah, didasarkan pada prinsip *wadiah* yang merupakan prinsip utama dalam perbankan syariah. Dalam tabungan *wadiah*, nasabah menyetorkan dana mereka kepada bank untuk dijaga dan diamankan. Bank bertindak sebagai pemelihara dana tersebut. Dana yang disimpan oleh nasabah dianggap sebagai amanah yang harus dijaga dan dikelola dengan hati-hati oleh bank, sesuai dengan prinsip kepercayaan. Berbeda dengan tabungan konvensional yang mungkin memberikan imbalan atau bunga atas simpanan, dalam tabungan *wadiah*, bank tidak memberikan imbalan atau bagi hasil kepada nasabah atas dana yang disimpan karena prinsip *wadiah* tidak memperbolehkan penggunaan bunga dalam transaksi keuangan.

Tabungan *wadiah* memberikan rasa aman kepada nasabah karena dana mereka dijamin keamanannya oleh bank. Nasabah dapat melakukan penarikan dana kapanpun sesuai kebutuhan tanpa adanya penalti atau potongan. Tabungan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro, atau alat pembayaran lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dalam konteks perbankan syariah, konsep *wadiah yad dhamanah* mengacu pada prinsip bahwa bank bertindak sebagai pemelihara atau pengelola dana nasabah dengan jaminan atau tanggung jawab untuk menjaga dan mengamankan dana tersebut dengan cermat.

Dalam prinsip *wadiah yad-dhamanah*, bank bertindak sebagai wakil atau agen untuk menyimpan dan mengelola dana nasabah dengan itikad baik dan kejujuran. Bank harus memperlakukan dana nasabah dengan hati-hati dan menjaganya dari risiko kerugian atau penggunaan yang tidak tepat. Bank tidak diizinkan menggunakan dana nasabah untuk kepentingan pribadi atau investasi yang melibatkan riba (bunga). Prinsip *wadiah yad-dhamanah* menekankan tanggung jawab bank untuk menjaga keamanan dan integritas dana nasabah. Bank harus memastikan bahwa dana nasabah disimpan dan dikelola sesuai dengan prinsip-

prinsip syariah serta prinsip kepercayaan. Sebagai akibatnya, karena prinsip *wadiah* melarang penggunaan bunga atau riba, bank tidak memberikan imbalan atau bagi hasil kepada nasabah atas dana yang disimpan (Rahmawati, 2020).

2.2.2 Landasan Syariah Tabungan *Wadiah*

a. Q.S Al-Baqarah Ayat 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنِ مَّقْبُوضَةً فَإِنْ آمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ ۖ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُوا الشَّاهِدَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِثْمٌ قَلْبُهُ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: "Jika kamu dalam perjalanan dan tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (sebagai tanggungan). Kemudian jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (memegang barang tanggungan) dan hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, Tuhan mereka. Dan janganlah kamu menyembunyikan persaksian. Barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya dia adalah seorang yang berdosa hatinya. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."

b. Al-hadist

Dari Abi Hurairah RA ia berkata, Rasulullah bersabda:

"Tunaikanlah amanah kepada orang yang mempercayakan (menitipkan) kepadamu dan janganlah engkau berkhianat kepada orang yang mengkhianatimu. (HR.At-Tirmidzi dan Abu Dawud)"

2.4.1 Jenis-Jenis *Wadiah*

Wadiah adalah salah satu dari prinsip-prinsip dasar dalam perbankan syariah yang mengatur tentang penyimpanan dana oleh bank atas nama nasabah. Ada beberapa jenis *wadiah* yang umum ditemui dalam praktik perbankan syariah, di antaranya:

1. *Wadiah Yad Amanah*

Wadiah yad amanah adalah konsep dalam hukum Islam yang mengacu pada perjanjian di mana seseorang menitipkan harta atau barang kepada pihak lain untuk disimpan atau dijaga dengan aman. Dalam konteks perbankan syariah, *wadiah yad amanah* merujuk pada prinsip di mana nasabah menyetor dana kepada bank untuk dijaga dan diamankan, dengan bank bertindak sebagai pemelihara dana tersebut.

Bank harus menjaga dan mengelola dana nasabah dengan itikad baik dan kejujuran, serta tidak menggunakan dana tersebut untuk kepentingan pribadi atau investasi yang melibatkan riba (bunga). Menurut fatwa DSN No. 24/DSN-MUI/III/2002, akad *wadiah yad amanah* ini dapat diterapkan dalam perbankan untuk menawarkan layanan penyimpanan barang berharga seperti sertifikat tanah, surat perjanjian, akte kelahiran, saham, obligasi, emas, mutiara, berlian, intan, dan jenis barang berharga lainnya. Konsep *wadiah*, serta prinsip dan syarat-syaratnya, menjadi dasar dalam penyediaan layanan ini (Pakpahan, 2021).

Rukun *wadiah* terdiri dari (Pakpahan, 2021):

1. Ada pelaku akad.
2. Ada barang titipan.
3. Adanya pernyataan kehendak (*sighat ijab* dan *qabul*) baik dilakukan secara lafad atau hanya tindakan.

Syarat-syarat akad *wadiah* terdiri dari (Pakpahan, 2021) :

1. Menurut Hanafiah, syarat untuk melakukan akad *wadiah* adalah bahwa pihak yang terlibat harus memiliki akal. Artinya, meskipun seseorang masih anak-anak tetapi dianggap sudah memiliki akal dan mendapat izin dari walinya, akad *wadiah* tersebut dianggap sah.
2. Para jumhur ulama mensyaratkan bahwa pihak yang melakukan akad *wadiah* harus *baligh*, berakal, dan cerdas karena akad ini melibatkan risiko. Menurut ulama, meskipun seseorang memiliki akal dan telah *baligh*, namun jika tidak dianggap cerdas, akad *wadiah* tidak dianggap sah menurut mereka.

2. *Wadiah Yad Dhamanah*

Wadiah yad dhamanah adalah prinsip dalam perbankan syariah di mana bank bertindak sebagai pemelihara atau pengelola dana nasabah dengan tanggung jawab untuk menjaga dan mengamankan dana tersebut. Bank harus mengelola dana nasabah dengan itikad baik dan kejujuran, serta tidak diizinkan menggunakan dana tersebut untuk kepentingan pribadi atau investasi yang melibatkan riba (bunga). Prinsip ini menekankan pentingnya bank untuk menjaga keamanan serta integritas dana nasabah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan amanah (Tonriady, 2022).

2.3 *Marketing Mix*

Bauran pemasaran yang juga dikenal sebagai "*marketing mix*", merupakan kumpulan strategi atau alat yang dipakai oleh perusahaan untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen (Mery, 2022). Bauran pemasaran merupakan salah satu elemen inti dalam struktur organisasi perusahaan yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan memastikan kepuasan nasabah. (E. K. Sari, 2023). Untuk mencapai respons yang diharapkan dari pasar yang dituju, bauran pemasaran merupakan alat yang efektif yang meliputi *product, price, place, promotion, place, process, physical evidence*.

Berdasarkan beberapa definisi yang ada, bauran pemasaran adalah alat yang digunakan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran yang efektif, memberikan kendali, serta memengaruhi respons dari pasar yang dituju. Selain itu, bauran pemasaran terdiri dari empat elemen utama yang dikenal dengan istilah "7P", yaitu *product, price, place, promotion, process, people, physical evidence* (Mohamad & Rahim, 2021).

Berikut penjelasan tujuh elemen pokok yang terdapat dalam bauran pemasaran:

1. *Product*

Produk dalam konsep 7P (*marketing mix*) mengacu pada barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Produk mencakup fitur produk, kualitas, desain, merek, variasi, garansi, dan layanan purna jual. Ini meliputi semua aspek yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan nilai tambah yang signifikan. Menurut Stanton, produk adalah sekumpulan atribut yang dapat diterima oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka (Farida & Wijianto, 2023). Produk mencakup fitur, kualitas, desain, merek, variasi, garansi, dan layanan purna jual, dengan tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan nilai tambah yang signifikan (Kurriwati, 2019). Berdasarkan definisi mengenai produk, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. *Price*

Harga dalam konteks pemasaran mengacu pada jumlah uang atau nilai lainnya yang ditetapkan untuk produk atau layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Ini

adalah salah satu elemen kunci dalam bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi persepsi nilai produk oleh konsumen serta tingkat permintaan mereka. Penetapan harga yang tepat mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, strategi persaingan, dan nilai yang dirasakan oleh pelanggan. Harga juga berperan dalam menentukan posisi pasar produk dan bisa menjadi alat untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan, seperti memaksimalkan laba, membangun citra merek, atau mengendalikan pangsa pasar (Nurfauzi, Taime, Hanafiah, Yusuf, & Asir, 2023). Menurut Kotler (Pramudita, Gunawan, Ningsih, & Adilah, 2022) harga adalah jumlah yang dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa harga berfungsi sebagai indikator nilai uang yang terkandung dalam barang atau jasa, dengan uang sebagai alat pengukurnya.

3. *Place*

Tempat merujuk pada lokasi di mana produk atau layanan dijual atau tersedia untuk pelanggan. Ini termasuk cabang-cabang bank, saluran distribusi, cakupan pasar, penyimpanan, dan transportasi. Lokasi yang strategis berperan penting dalam kesuksesan pemasaran produk atau layanan. Salah satu pertimbangan penting adalah pemilihan lokasi cabang bank yang optimal, yang sangat mempengaruhi kenyamanan dan aksesibilitas pelanggan (Bate'e, Septian, Pradana, Krisanti, & Widodasih, 2024).

4. *Promotion*

Promosi merupakan strategi utama dalam pemasaran perusahaan memberikan insentif kepada calon pembeli untuk produk atau jasanya. Ini melibatkan pengenalan produk melalui berbagai cara seperti periklanan, penjualan, tenaga penjualan, humas, dan pemasaran langsung, dengan tujuan membuat produk dikenal oleh banyak konsumen potensial. Proses promosi ini krusial dalam membentuk citra produk yang menarik bagi konsumen, sejajar dengan pentingnya produk, harga, dan lokasi dalam bauran pemasaran.

Dalam upaya promosi, bank secara aktif mengkomunikasikan produk dan layanannya, baik melalui saluran langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi yang efektif, pelanggan akan kesulitan mengetahui ragam produk yang ditawarkan

oleh bank. Promosi memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara menyampaikan informasi tentang jenis produk yang tersedia serta berusaha untuk menarik pelanggan baru (S. Rahayu, 2023).

5. *People*

"*People*" dalam bauran pemasaran (7P) merujuk pada semua orang yang terlibat dalam menyediakan dan mengirimkan produk atau layanan kepada pelanggan. Ini mencakup semua staf yang bekerja di perusahaan, baik langsung maupun tidak langsung terlibat dalam proses penjualan atau layanan, termasuk manajemen, karyawan, dan tenaga penjualan. Bagian dari konsep "*people*" adalah kualifikasi, keterampilan, dan interaksi mereka dengan pelanggan yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan (A. Sari, 2022).

6. *Process*

Dalam konteks pemasaran (7P), "*process*" mengacu pada proses atau prosedur yang digunakan untuk menyediakan produk atau layanan kepada pelanggan. Ini mencakup semua langkah atau aktivitas yang diperlukan dalam menyampaikan nilai produk atau layanan kepada konsumen akhir. Proses ini harus dirancang untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dan efisien, mulai dari pemesanan, produksi, pengiriman, hingga layanan purna jual. Proses sangat penting untuk memastikan bahwa operasi bisnis berjalan lancar dan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan (Hidayah, Ariefiantoro, Nugroho, & Suryawardana, 2021).

7. *Physical evidence*

Bukti fisik dalam konteks pemasaran adalah semua elemen tangibel atau yang dapat dirasakan secara langsung oleh konsumen yang mengkonfirmasi keberadaan atau kualitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Ini bisa termasuk desain produk, kemasan, tempat fisik seperti toko atau kantor, peralatan atau teknologi yang digunakan, serta segala bentuk materi atau bahan yang terlihat atau dirasakan oleh pelanggan. Bukti fisik penting karena dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang kualitas, nilai, dan kepercayaan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Contoh bukti fisik dalam pemasaran jasa meliputi:

- a. Desain interior dan eksterior fasilitas profesional atau komersial.

- b. Logo perusahaan, *branding*, dan identitas visual, perabotan, dekorasi dan peralatan yang digunakan dalam memberikan layanan.
- c. Komunikasi visual seperti brosur, spanduk atau materi promosi lainnya.
- d. Testimoni pelanggan atau bukti kepuasan pelanggan sebelumnya.
- e. Elemen bukti fisik lainnya memberikan kesan positif terhadap kualitas dan profesionalisme pelayanan yang disediakan. Bukti fisik memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap sebuah layanan, terutama karena jasa tidak dapat dilihat atau disentuh secara langsung seperti produk fisik. Oleh karena itu, aspek ini sangat berperan dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap merek atau perusahaan tertentu (Darmawan & Grenier, 2021).

Suatu strategi harus efektif dan dapat dipahami karena bertujuan untuk mengarahkan perusahaan menuju tujuan yang ditetapkan. Oleh karena itu, konsep strategi mempertimbangkan elemen-elemen yang digunakan untuk menetapkan arah dan tindakan perusahaan, yang termasuk (Adelia, Nurbaiti, & Zainarti, 2023):

1. Lingkungan

Perubahan lingkungan selalu dinamis dan tidak pernah tetap. Perubahan ini memiliki dampak luas pada berbagai aspek kehidupan manusia. Hal ini tidak hanya memengaruhi cara berpikir dan bertindak kita, tetapi juga membentuk kebiasaan, kebutuhan, dan pandangan kita terhadap kehidupan.

2. Lingkungan Organisasi

Adaptasi terhadap perubahan lingkungan sangat krusial untuk keberhasilan jangka panjang suatu organisasi. Lingkungan organisasi cenderung dinamis dan berubah seiring waktu, sehingga organisasi harus mampu menyesuaikan strategi dan operasionalnya agar dapat menghadapi perubahan ini.

3. Kepemimpinan

Seorang pemimpin bertanggung jawab atas pengambilan keputusan dan mengevaluasi perkembangan dalam lingkungan organisasi, termasuk aspek internal dan eksternalnya. Dengan demikian, dalam menentukan strategi, organisasi harus mempertimbangkan kondisi lingkungan kerja dan sumber daya manusia.

2.4 Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk tertarik atau merasa tertarik pada suatu aktivitas, bidang, atau objek tertentu. Minat bisa muncul dari pengalaman pribadi, pengaruh lingkungan, atau faktor internal seperti rasa ingin tahu dan ketertarikan alami. Minat sering kali mendorong seseorang untuk mempelajari lebih lanjut, mengembangkan keterampilan, atau terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan hal yang diminatinya (Anggraeni, Ma'mun, & Sutira, 2022). Minat adalah suatu kondisi mental yang membuat seseorang merasa tertarik pada situasi tertentu atau obyek tertentu, serta memberikan perhatian dan aktivitas yang lebih tinggi terhadap hal tersebut dibandingkan dengan hal-hal lainnya (Saadatirrohmi & Riyana, 2022).

Minat mencakup perasaan suka atau ketertarikan yang kuat terhadap suatu kegiatan atau objek, yang kemudian mendorong seseorang untuk terlibat dalam aktivitas tersebut dengan antusias. Dalam dunia bisnis, minat lebih dikenal sebagai keputusan pembelian atau penggunaan jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Aziz & Hendrastyo, 2020).

2.4.1 Indikator Minat

Indikator yang dapat dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut (Widiawati, 2020):

1. Kognisi (Gejala Pengenalan)

Pengenalan adalah aktivitas atau proses mendapatkan pengetahuan atau kesadaran, termasuk perasaan, melalui pengalaman langsung. Secara umum, pengenalan dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu melalui penggunaan indera dan melalui akal.

2. Konasi (Kemauan)

Merupakan salah satu fungsi mental manusia yang berkaitan dengan usaha aktif dan terfokus untuk mencapai tujuan tertentu.

3. Emosi

Kecenderungan untuk merasakan perasaan yang khas ketika berinteraksi dengan objek tertentu dalam lingkungan sekitar.

2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Berikut ini adalah beberapa faktor yang mempengaruhi minat nasabah (Haykal & Rozak, 2020) :

1. Faktor Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa pelayanan merupakan elemen penting dalam perbankan. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang. Memberikan pelayanan seorang pegawai bank juga diperlukan etika. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen..

2. Faktor Bagi Hasil

Bagi hasil menurut terminologi asing (Inggris) dikenal dengan *profit sharing*. *Profit sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba. Secara definitif *profit sharing* diartikan “Distribusi beberapa bagian dari laba pada para pegawai dari suatu perusahaan”. Secara syariah prinsip bagi hasil (*profit sharing*) berdasarkan pada kaidah *mudharabah*. Dimana bank akan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) sementara penabung sebagai *shahibul maal* (penyandang dana).

3. Faktor Promosi

Promosi merupakan kegiatan yang ditunjuk untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal akan produk yang ditawarkan sehingga diharapkan konsumen menjadi senang menggunakannya.

4. Religiulitas

Islam mencakup lima aspek utama: *aqidah*, ibadah, amal, akhlak (*ihsan*), dan pengetahuan keagamaan. *Aqidah* berkaitan dengan keyakinan terhadap Allah, Malaikat, Rasul, dan lainnya. Ibadah menyangkut hubungan individu dengan Allah. Amal menyangkut interaksi sosial antar manusia. Akhlak mengacu pada respons atau perilaku spontan seseorang terhadap rangsangan. *Ihsan*

mencerminkan tingkat keakraban seseorang dengan Allah SWT. *Ihsan* melibatkan mencapai tingkat tertinggi dari akhlak positif dan penghayatan spiritual. Selain aspek-aspek tersebut, pengetahuan keagamaan juga penting dalam Islam. Faktor agama atau kepercayaan, seperti larangan riba dalam Islam, mempengaruhi minat umat Muslim dalam memilih produk perbankan syariah daripada konvensional.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No. 1	Penerapan Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Syariah Produk Tabungan <i>Easy Wadiah</i> Di BSI KC Sidoarjo Jenggolo.
Judul	
Penulis	Yulia Ratna Anggraini & Fitri Nur Latifah (2024)
Jurnal	Jurnal <i>Tabarru': Islamic Banking and Finance</i> Volume 7 Nomor 1.
Variabel yang dianalisis	Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup faktor internal dan eksternal yang terkait dengan produk tabungan <i>EasyWadiah</i> di BSI KC Sidoarjo Jenggolo. Beberapa variabel yang dianalisis antara lain: 1. Faktor Internal: - Biaya administrasi - Kemudahan akses menggunakan layanan perbankan - Pilihan kartu ATM - Pembukaan rekening melalui aplikasi BSI <i>Mobile</i> - Keterbatasan ATM BSI 2. Faktor Eksternal: - Penerimaan masyarakat terhadap produk tabungan <i>Easy Wadiah</i> - Target pasar yang sudah familiar dengan bank syariah - Pertumbuhan minat terhadap produk tabungan - Kerjasama dengan perusahaan atau lembaga pendidikan

	Variabel-variabel ini dianalisis dalam konteks strategi pemasaran dan analisis SWOT untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi pemasaran dan pengembangan produk tabungan <i>Easy Wadiah</i> di BSI KC Sidoarjo Jenggolo.
Metode	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian dari penerapan analisis SWOT pada strategi pemasaran syariah produk tabungan <i>EasyWadiah</i> di BSI KC Sidoarjo Jenggolo mencakup berbagai temuan dan rekomendasi yang dapat menjadi panduan dalam pengembangan produk tabungan syariah. Beberapa hasil penelitian yang mungkin termasuk dalam jurnal tersebut adalah: 1. Segmentasi Pasar: Identifikasi segmentasi pasar yang efektif untuk produk tabungan <i>Easy Wadiah</i>, termasuk segmentasi demografis dan perilaku konsumen. 2. Strategi Pemasaran: Penyusunan strategi pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk penentuan target pasar, posisi pasar, dan bauran pemasaran yang efektif. 3. Analisis SWOT: Evaluasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi pemasaran produk tabungan <i>Easy Wadiah</i>. 4. Rekomendasi: Rekomendasi untuk meningkatkan pangsa pasar, memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman dalam pemasaran produk tabungan <i>EasyWadiah</i>. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Bank Syariah Indonesia KC

	Sidoarjo Jenggolo dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan untuk produk tabungan <i>Easy Wadiah</i> .
Kelebihan	1. Relevansi Tema: Jurnal ini membahas strategi pemasaran syariah pada produk tabungan <i>Easy Wadiah</i>, yang merupakan topik yang relevan dan penting dalam konteks perbankan syariah saat ini. 2. Metode Penelitian: Penggunaan metode penelitian kualitatif yang melibatkan observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara menunjukkan pendekatan yang komprehensif dalam mengumpulkan data untuk analisis. 3. Hasil Penelitian yang Jelas: Jurnal ini memberikan hasil penelitian yang jelas, seperti peningkatan jumlah nasabah tabungan <i>Easy Wadiah</i>, penerapan strategi pemasaran yang efektif, dan dampak positif dari inovasi produk. 4. Rekomendasi yang Diberikan: Selain hasil penelitian, jurnal ini juga memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pangsa pasar, memperbaiki kelemahan, dan memanfaatkan peluang dalam pemasaran produk tabungan <i>Easy Wadiah</i>. 5. Daftar Pustaka yang Lengkap: Jurnal ini mencantumkan daftar pustaka yang relevan, menunjukkan bahwa penelitian didukung oleh referensi yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan
Kekurangan	1. Keterbatasan Data: Jurnal tersebut mungkin memiliki keterbatasan dalam pengumpulan data, analisis, atau interpretasi yang dapat mempengaruhi validitas dan reliabilitas hasil penelitian.

	2. Generalisasi Hasil: Hasil penelitian yang diperoleh mungkin tidak dapat langsung digeneralisasi ke populasi yang lebih luas karena fokus pada studi kasus tertentu. 3. Keterbatasan Ruang Lingkup: Jurnal ini mungkin tidak mencakup semua aspek yang relevan dalam strategi pemasaran produk tabungan <i>Easy Wadiah</i>, sehingga beberapa informasi penting mungkin tidak tercakup. 4. Kekurangan Alternatif Metode: Penggunaan hanya metode kualitatif tanpa mempertimbangkan pendekatan kuantitatif atau metode lain yang dapat memberikan sudut pandang yang lebih komprehensif. 5. Keterbatasan Kesimpulan: Kesimpulan yang diambil dari penelitian mungkin tidak memberikan solusi yang komprehensif atau tidak memberikan rekomendasi yang cukup kuat untuk implementasi praktis.
--	--

No. 2	Strategi <i>Marketing Mix</i> Syariah Dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Nasabah pada Produk Simpanan Idul Fitri di BMT Matra Pekalongan.
Judul	
Penulis	Eka Frendika & Versiandika Yudha Pratama (2023)
Jurnal	TALI JAGAD JURNAL.
Variabel yang digunakan	<i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence.</i>
Metode	Penelitian lapangan atau studi lapangan dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan metode triangulasi sumber, metode, dan teori untuk memastikan keabsahan data.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi <i>marketing mix</i> syariah pada produk simpanan Idul Fitri (SIFITRI) di BMT

	Matra Kantor Cabang KAJEN Pekalongan berhasil meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah. Strategi pemasaran yang efektif meliputi strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, janji, dan kesabaran. Hasil penelitian didukung oleh data dari 5 informan yang terdiri dari 1 manager, 2 karyawan, dan 2 nasabah, serta menggunakan metode triangulasi sumber, metode, dan teori untuk memastikan keabsahan data.
Kelebihan	Kelebihan dari penelitian jurnal ini adalah penggunaan metode triangulasi sumber, metode, dan teori yang meningkatkan keabsahan data. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, memberikan pemahaman yang mendalam. Hasil penelitian memberikan wawasan yang berharga tentang strategi pemasaran yang efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah pada produk simpanan Idul Fitri di BMT Matra Kantor Cabang KAJEN Pekalongan.
Kekurangan	Kekurangan dari penelitian jurnal ini mungkin terletak pada jumlah informan yang terbatas, yaitu hanya 5 informan yang terdiri dari 1 manager, 2 karyawan, dan 2 nasabah. Selain itu, penelitian ini fokus pada satu cabang BMT Matra di KAJEN Pekalongan, sehingga generalisasi hasil penelitian mungkin terbatas pada konteks tersebut. Diperlukan penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih luas dan variasi cabang BMT Matra untuk memperkuat validitas hasil penelitian.

No. 3	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang Indramayu.
Judul	
Penulis	Didik Himmawan & Miftahul Agniah (2023).

Jurnal	<i>Journal of Sharia Economics and Finance.</i>
Variabel yang digunakan	strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan, variabel yang mungkin terlibat dapat mencakup strategi pemasaran, jumlah nasabah tabungan, efektivitas strategi, kendala dalam pemasaran, dan faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah.
Metode	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.
Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan belum begitu efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang-Indramayu. Rumusan masalah penelitian adalah tentang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan serta kendala dalam upaya peningkatan jumlah nasabah tabungan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang efektif guna menambah jumlah nasabah tabungan.
Kelebihan	Kelebihan dari hasil penelitian ini adalah memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang pentingnya strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Jatibarang-Indramayu. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi yang dapat membantu perbankan syariah dalam mengatasi kendala-kendala yang ada dalam pemasaran produk tabungan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perbankan syariah lainnya dalam meningkatkan eksistensi dan pelayanan kepada nasabah.
Kekurangan	Kekurangan dari hasil penelitian ini adalah tidak disebutkan secara eksplisit dalam dokumen yang disediakan. Namun, potensi kekurangan mungkin termasuk kurangnya data

	kuantitatif yang mendukung analisis, keterbatasan dalam generalisasi hasil penelitian karena fokus pada satu lokasi tertentu, atau kekurangan dalam mendalami faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan.
--	--

No. 4	Analisis Pengaruh <i>Marketing Mix</i> Terhadap Minat Masyarakat Membeli Sukuk.
Judul	
Penulis	Erdinda Santoso dan Rachma Indra Rini (2020).
Jurnal	Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah.
Variabel yang dianalisis	Penelitian ini menganalisis variabel produk, harga, tempat, dan promosi untuk memahami dampaknya terhadap minat masyarakat untuk membeli Sukuk.
Metode	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk memahami pengaruh bauran pemasaran terhadap minat masyarakat untuk membeli Sukuk.
Hasil Penelitian	Penelitian menyimpulkan bahwa dari empat variabel yang dianalisis, hanya variabel produk dan harga yang secara signifikan mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli Sukuk.
Kelebihan	Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang dampak elemen bauran pemasaran terhadap minat masyarakat untuk membeli Sukuk, menyoroti pentingnya variabel produk dan harga dalam mempengaruhi perilaku konsumen.
Kekurangan	Salah satu keterbatasan penelitian adalah bahwa hal itu hanya berfokus pada dampak variabel produk dan harga pada minat masyarakat untuk membeli Sukuk, berpotensi mengabaikan pengaruh faktor-faktor lain dalam bauran pemasaran.

No. 5	Analisis Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT. BSI Kec. Simeulue.
Judul	
Penulis	Maria Sasmita & Uswa Hasanah (2023).
Jurnal	Jurnal Manajemen Akuntansi.
Variabel yang dianalisis	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi harga, produk bank, pemasaran, teknologi informasi, dan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank.
Metode	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan atau <i>field research</i> dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan melalui wawancara dengan narasumber untuk menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang ada. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang Strategi Pemasaran Produk Bank Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi di PT.BSI KC Simeulue.
Hasil penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bank BSI KC Simeulue menggunakan strategi pemasaran produk dengan menerapkan <i>Marketing Mix</i> , terutama dalam strategi produk dan harga. Bank melakukan inovasi dan pengembangan produk serta layanan jasa untuk menyesuaikan kebutuhan masyarakat. Selain itu, bank menawarkan harga yang kompetitif untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk bank.
Kelebihan	Kelebihan dari penelitian jurnal ini adalah menggunakan metode penelitian lapangan yang mendalam melalui wawancara dengan narasumber untuk menggambarkan keadaan objek penelitian secara detail. Selain itu, penelitian ini fokus pada analisis strategi pemasaran produk bank melalui pemanfaatan teknologi informasi, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana bank dapat meningkatkan jumlah nasabah dan memperluas jangkauan pemasaran.

Kekurangan	Kekurangan dari jurnal penelitian ini mungkin terletak pada keterbatasan dalam generalisasi hasil penelitian karena fokus pada satu lokasi atau bank tertentu. Selain itu, penelitian ini mungkin tidak mencakup semua faktor yang memengaruhi strategi pemasaran produk bank secara menyeluruh, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat langsung diterapkan secara umum.
-------------------	---

Sumber: Diolah oleh penulis (2024)

Kesimpulan dari penelitian terdahulu diatas secara keseluruhan yaitu penerapan strategi pemasaran yang efektif dan tepat sangat penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah di bank syariah. Strategi *marketing mix* yang komprehensif dan sesuai syariah membantu bank meningkatkan kepuasan nasabah dan jumlah nasabah yang menggunakan produk yang ada pada bank syariah. Strategi *marketing mix* yang komprehensif dan sesuai syariah membantu bank meningkatkan kepuasan nasabah dan jumlah nasabah yang menggunakan produk yang ada pada bank syariah. Artinya, bank syariah menerapkan berbagai elemen dalam strategi pemasaran yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* yang semuanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini memastikan bahwa semua aspek pemasaran bank tidak hanya efektif dalam menarik nasabah, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2.6 Persamaan Dengan Penelitian Terdahulu

Kesamaannya terletak pada pembahasan mengenai analisis deskriptif kualitatif pengaruh *marketing mix* terhadap minat nasabah dalam penggunaan tabungan. Peneliti terdahulu meneliti mengenai penerapan strategi pemasaran yang efektif dan penggunaan teknologi informasi yang tepat sangat penting dalam menarik dan mempertahankan nasabah pada studi kasus bank-bank yang terkaji.

2.7 Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

Sedangkan riset terapan yang dilakukan ini memiliki perbedaan yaitu pada rumusan masalahnya. Pada riset terapan ini mencari strategi *marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII dan menjelaskan persepsi nasasbah mengenai *marketing mix* dalam memilih Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII. Selain itu, riset terapan

ini memberikan kontribusi baru dalam memahami strategi *marketing mix* yang spesifik untuk produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII, serta memberikan wawasan tentang persepsi nasabah yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Proses kegiatan penelitian dilaksanakan di Bank BSI KCP FTS UII. Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan terhitung sejak tanggal 18 September 2023–18 Maret 2024. Tempat pelaksanaan penelitian berlokasi di Jl. Kaliurang Km. 14, Krawitan, Umbulmartani, Kec. Ngemplak, Kab. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (55584).

3.2 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena *social* dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis *marketing mix* terhadap minat nasabah memilih Tabungan *Easy Wadiah*. Subyek penelitian ini adalah nasabah Bank BSI KCP FTS UII.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan subjek atau obyek yang memiliki ciri-ciri yang sama. Dalam konteks yang lebih luas, populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan dari situ peneliti dapat membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi merujuk pada seluruh nasabah Bank BSI KCP FTS UII yang menjadi fokus penelitian.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, juga dikenal sebagai judgmental sampling, adalah teknik pemilihan sampel di mana peneliti memilih responden yang dianggap paling sesuai atau representatif

berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih dapat memberikan informasi yang mendalam dan relevan terkait fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian tentang "Analisis *Marketing Mix* terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Tabungan *Easy Wadiah* pada Bank Syariah KCP FTS UII", *purposive sampling* dapat digunakan untuk memilih nasabah yang memiliki pengalaman atau pemahaman tentang Tabungan *Easy Wadiah*.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih responden yang telah dipilih berdasarkan standar pengambilan sampel dengan mempertimbangkan kriteria dan karakteristik demografis yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode ini dipilih karena memungkinkan penghematan biaya dan waktu yang cukup signifikan bagi peneliti. Pengambilan sampel dilakukan terhadap nasabah Bank BSI KCP FTS UII sebagai subjek penelitian (Hair et al., 2020). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan wawancara terhadap nasabah yang memiliki rekening Tabungan *Easy Wadiah* Bank BSI KCP FTS UII.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dalam suatu penelitian atau studi. Ini mencakup berbagai pendekatan seperti survei, wawancara, observasi, studi dokumentasi, dan eksperimen. Setiap teknik memiliki karakteristik, kelebihan, dan kelemahan tertentu yang harus dipertimbangkan sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat data yang dibutuhkan. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian atau analisis. Data ini diperoleh melalui observasi langsung, percakapan, wawancara, kuesioner, atau eksperimen. Data primer dapat memberikan informasi yang spesifik dan relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam memperoleh informasi, data tersebut diperoleh langsung dari objek atau sumber utama, sumber utama di dapatkan melalui cara:

1. Wawancara mendalam (*indepth interview*).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara langsung untuk mendapatkan sumber data yang valid, penulis mewawancarai nasabah Bank BSI KCP FTS UII. Penulis mengambil sepuluh (10) orang untuk di wawancarai supaya mendapatkan sumber data yang benar-benar valid dalam penelitian ini.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Dalam kegiatan observasi, peneliti bertindak sebagai pengamat dan pewawancara yang terjun langsung ke lapangan untuk melihat dari dekat kegiatan bauran pemasaran.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar/karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dokumentasi dengan tujuan untuk mendapatkan segala informasi atau data.

3.4.2 Data Sekunder

Data ini diperlukan untuk mendukung analisis dan pembahasan yang maksimal. Data sekunder juga diperlukan terkait pengungkapan fenomena sosial dalam penelitian ini. Data sekunder ini dari *website* BSI.

3.5 Keabsahan Data

Penelitian ini membutuhkan beberapa cara untuk meningkatkan keabsahan data penelitian kualitatif agar dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan dapat dibuktikan keabsahannya.

1. Uji *Credibility*

Uji kredibilitas data merupakan langkah penting dalam penelitian untuk menilai keabsahan dan kepercayaan terhadap hasil yang diperoleh. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik yang digunakan untuk memverifikasi

keabsahan data dengan membandingkan atau mengonfirmasi hasil dari berbagai sumber atau teknik pengumpulan data yang berbeda. Dalam konteks ini, teknik yang diterapkan adalah triangulasi sumber, di mana kepercayaan informasi dari responden dikonfirmasi dengan konsistensi jawaban dari wawancara dan didukung oleh data dari jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, serta teori-teori yang relevan. Teknik ini memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memiliki keabsahan yang kuat melalui penggunaan berbagai metode dan sumber yang berbeda.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif. Analisis data mengacu pada proses menganalisis data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui metodologi tertentu. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dimulai sejak tahap pengumpulan data dan berlanjut setelah data terkumpul dalam periode waktu tertentu. Selama sesi wawancara, peneliti secara simultan menganalisis jawaban yang diberikan responden. Jika jawaban tersebut belum memuaskan, peneliti akan melanjutkan wawancara untuk mendapatkan data yang lebih kredibel. Proses analisis data kualitatif berlangsung secara interaktif dan berkelanjutan hingga semua aspek yang relevan tercakup, memastikan data yang dihasilkan sudah mencapai titik jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Memilih elemen-elemen utama yang relevan dengan fokus penelitian adalah langkah awal dalam proses reduksi data. Reduksi data melibatkan klasifikasi, arahan, eliminasi yang tidak diperlukan, dan pengorganisasian data yang sudah direduksi tersebut. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang hasil pengamatan dan memudahkan peneliti untuk mengaksesnya kapan pun diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah rangkaian informasi yang terstruktur untuk memungkinkan analisis dan pengambilan kesimpulan. Peneliti mengatur data secara sistematis untuk memfasilitasi pemahaman tentang interaksi antar bagian-bagiannya dalam konteks keseluruhan. Penyajian data ini

membantu dalam memahami situasi yang sedang terjadi dan merencanakan langkah-langkah berikutnya berdasarkan pemahaman yang diperoleh.

1. Tema dan Subtema

Elemen <i>Marketing Mix</i>	Subtema Persepsi Nasabah
<i>Product</i>	-Kualitas Layanan -Fitur Produk
<i>Price</i>	-Persepsi Nilai Tabungan -Kejelasan Biaya
<i>Promotion</i>	-Efektivitas promosi -Kesesuaian dengan preferensi nasabah
<i>Place</i>	-Aksesibilitas cabang -Kenyamanan ATM
<i>People</i>	-Kompetensi dan keramahan petugas -Pengaruh dari rekomendasi keluarga/teman
<i>Process</i>	-Kemudahan proses pembukaan rekening -Responsivitas pelayanan
<i>Physical evidence</i>	-Kualitas fisik kantor cabang -Pengalaman visual dan sensoris saat mengunjungi kantor

2. Narasi Perbandingan

a. *Product*

Nasabah menganggap kualitas layanan dan fitur produk yang relevan sangat penting karena memenuhi kebutuhan mereka dengan efektif.

b. *Price*

Persepsi nasabah terhadap nilai tabungan dan kejelasan biaya merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk tabungan.

c. *Place*

Aksesibilitas cabang dan kenyamanan saat menggunakan ATM memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan nasabah, mempengaruhi preferensi mereka terhadap bank.

d. *Promotion*

Efektivitas promosi yang sesuai dengan preferensi nasabah memperkuat pilihan mereka terhadap Tabungan *EasyWadiah*, menunjukkan pentingnya strategi promosi yang tepat sasaran.

e. *Proses*

Kemudahan dalam proses pembukaan rekening dan responsivitas pelayanan sangat berkontribusi terhadap pengalaman positif nasabah, mempengaruhi persepsi mereka terhadap pelayanan bank.

f. *People*

Kompetensi dan keramahan petugas bank serta rekomendasi dari orang terdekat memberikan dampak yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah, menegaskan peran penting interaksi personal dalam membangun hubungan dengan nasabah.

g. *Physical evidence*

Kualitas fisik kantor cabang dan pengalaman visual saat mengunjungi kantor mempengaruhi persepsi nasabah terhadap bank secara keseluruhan, menunjukkan pentingnya kesan visual dan lingkungan fisik dalam membangun citra positif.

Narasi ini memberikan gambaran tentang bagaimana masing-masing elemen *marketing mix* berkontribusi terhadap preferensi nasabah terhadap Tabungan *EasyWadiah*, dan juga menunjukkan kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam konteks perbankan.

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi.

Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan dan mengangkatnya sebagai temuan yang baru dalam penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada. Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci melalui reduksi data. Reduksi berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok,

memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Setelah data direduksi maka selanjutnya adalah penyajian data agar data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga akan semakin mudah dipahami dan setelah itu dilakukan penarikan kesimpulan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Umum PT Bank Syariah Indonesia

Pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) resmi didirikan, menandai tonggak sejarah baru bagi perbankan Indonesia. Presiden Joko Widodo secara langsung mengesahkan pendirian bank syariah terbesar di Indonesia di Istana Negara. BSI terbentuk dari penggabungan tiga bank syariah utama, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan surat persetujuan merger dengan nomor SR-3/PB.1/2021 kepada ketiga perusahaan perbankan syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Struktur pemegang saham BSI terdiri dari PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dengan kepemilikan 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan 17,25%. Sisanya dimiliki oleh pemegang saham lainnya, masing-masing memiliki kepemilikan kurang dari 5%.

Penggabungan ini mengintegrasikan kekuatan dari ketiga bank syariah tersebut untuk menyediakan layanan yang lebih luas, komprehensif, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih solid. BSI bertekad untuk bersaing secara global dengan dukungan sinergi dari perusahaan serta keterlibatan pemerintah melalui Kementerian BUMN. BSI menjadi representasi bank syariah yang diharapkan bisa menjadi kebanggaan masyarakat, memberikan dorongan baru bagi pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam meningkatkan kesejahteraan umum. Kehadiran BSI juga mencerminkan visi perbankan syariah di Indonesia sebagai lembaga modern, universal, yang mensejahterakan seluruh umat (*Rahmatan Lil 'Alamin*).

BSI memiliki peluang besar untuk terus tumbuh dan menjadi salah satu pemimpin di sektor perbankan syariah global. Selain mencatat pertumbuhan positif dan mendukung kondisi ekonomi, BSI mendukung visi pemerintah Indonesia dalam membangun industri halal nasional dan memperkuat ekosistem perbankan syariah. Sebagai bank yang menonjol dalam mendukung ekonomi halal, BSI tidak

hanya berperan dalam menggerakkan sektor industri halal secara keseluruhan tetapi juga memenuhi harapan negara untuk meningkatkan perkembangan sektor ini secara signifikan..

4.1.2 Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia

Adapun visi dan misi dari Bank BSI adalah sebagai berikut :

1. Visi

“Top 10 Global *Islamic Bank*”

2. Misi

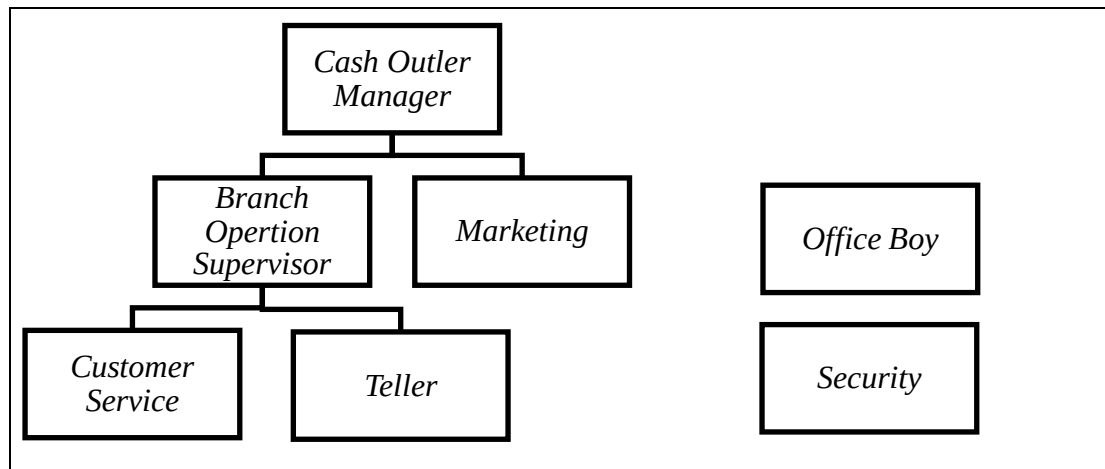
- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar dan memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

4.1.3 Lokasi Perusahaan

Kantor Pusat	: Bank Syariah Indonesia, Gedung the Tower, Jl. Gatot Subroto, Kel. No. 27, Karet Semanggi, Kec. Setiabudi, Daerah Khusus Ibukota Jakarta
Kantor Area	: KC Yogyakarta Sudirman. Jl. Jend Sudirman No. 42, Kel. Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Yogyakarta
Kantor Cabang Pembantu	: KCP FTS UII. Universitas Islam Indonesia, Ruang PPKF Lt. I, Fakultas Teknik Sipil, Yogyakarta.

4.1.4 Struktur Organisasi

Dibawah ini tercantum gambar struktur organisasi PT Bank BSI Persero Tbk Kantor Cabang Pembantu FTS UII:



Gambar 1. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII

Sumber : Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII, 2024

4.1.5 Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa produk dan jasa. Berikut ini merupakan produk dan jasa yang ada di Bank Syariah Indonesia:

1. Tabungan

a. Tabungan *Easy* BSI

Tabungan *Easy* BSI adalah salah satu produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Tabungan ini dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan sehari-hari dengan prinsip-prinsip syariah. Fitur utama dari Tabungan *Easy* BSI termasuk kemudahan dalam penyetoran dan penarikan dana, serta tidak adanya sistem bunga dalam pengelolaan dana. Tabungan ini cocok bagi mereka yang menginginkan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi sesuai dengan prinsip syariah.

b. BSI Tabungan Valas

Merupakan investasi berjangka dalam dolar AS. Nasabah memiliki kemampuan untuk menyimpan uang mereka untuk pengelolaan selama satu, tiga, enam, atau dua belas bulan. BSI Deposito Valas akan memberikan nisbah hasil yang menarik melalui akad *mudharabah*.

c. BSI Tabungan Haji

Tabungan ini merupakan tabungan terencana Haji dan Umrah yang berlaku untuk segala usia berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*. Tabungan ini tidak dikenakan biaya pengelolaan bulanan dan dilengkapi fasilitas atau fasilitas *e-channel* jika terdaftar di Siskohat (menerima porsi).

d. BSI Tabunganku

Merupakan tabungan bagi nasabah perorangan dengan tujuan menjamin kesejahteraan masyarakat melalui akad *wadiah yad dhamanah*.

e. BSI Tabungan Pensiun

Produk simpanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan tujuan membantu masyarakat Indonesia, baik yang belum berusia 17 tahun maupun yang sudah, mempersiapkan ibadah haji secara syariah.

2. Deposito

a. Deposito Rupiah

Adalah simpanan berjangka yang penarikan tidak bisa diambil setiap waktu, deposito ini menggunakan akad *mudharabah* setoran awal mulai Rp2.000.000,-.

b. Deposito Valas

Merupakan simpanan berjangka dengan mata uang USD, dengan setoran awal USD 1000.

3. Giro

a. BSI Giro Rupiah

Simpanan mata uang rupiah yang didasarkan pada prinsip syariah. Menggunakan akad *wadiah* dan menghasilkan hasil yang menguntungkan setiap bulan. Anda dapat menarik dana dengan cek, bilyet, atau BSI Debit. Tabungan bagi nasabah perorangan yang terdaftar pada organisasi pengelola pensiun dan bekerjasama dengan dana tabungan pensiun melalui akad *wadiah yad dhamanah*.

b. BSI Giro Valas

Merupakan simpan mata uang asing melalui akad *wadiah*, dan dana dapat ditarik melalui cek atau bilyet. Untuk transaksi bisnis, baik individu maupun perusahaan, BSI Giro Valas menawarkan banyak keuntungan.

4. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia antara lain :

a. BSI Griya

BSI Griya adalah produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk memfasilitasi pembiayaan kepemilikan rumah, baik untuk pembelian rumah baru, rumah bekas, ruko, rukan, apartemen, atau tanah siap pakai. Produk ini diatur sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti *mudharabah* atau *murabahah*, yang menghindari penggunaan bunga atau riba. BSI Griya dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memiliki properti secara syariah dengan proses yang transparan dan akad yang sesuai dengan ketentuan syariah.

b. BSI Multiguna Hasanah

BSI Multiguna Nasabah adalah produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Produk ini dirancang untuk memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah untuk berbagai keperluan, seperti renovasi rumah, pendidikan, kesehatan, atau kebutuhan konsumtif lainnya. Pembiayaan ini didasarkan pada prinsip syariah dengan menggunakan mekanisme akad yang sesuai, seperti *mudharabah* atau *murabahah*, yang menghindari unsur bunga dan riba. Produk BSI Multiguna Nasabah menawarkan kemudahan dalam proses pengajuan dan fleksibilitas penggunaan dana sesuai dengan kebutuhan nasabah.

c. BSI OTO

BSI OTO merupakan layanan pembiayaan kendaraan (mobil baru, mobil bekas, dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

d. BSI Pensiun Berkah

Merupakan layanan keuangan yang diberikan kepada penerima manfaat pensiun bulanan seperti pensiunan ASN dan pensiunan ASN janda,

pensiunan BUMN/BUMD yang belum mengikuti TMT pensiun namun telah menerima perintah gaji pensiun.

e. **Pembiayaan Gadai Emas**

Merupakan pembiayaan bagi nasabah yang ingin melakukan penggadaian namun dalam bentuk emas.

f. **Pembiayaan Cicil Emas**

Merupakan pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah yang berupa pembelian emas dalam bentuk emas tabungan.

5. **Jasa PT Bank Syariah Indonesia Tbk**

a. **BSI *Mobile Banking***

Merupakan layanan yang ditawarkan oleh Bank BSI kepada pelanggan melalui aplikasi *mobile banking*. Tujuan dari aplikasi ini adalah untuk mempermudah transaksi pelanggan, yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja dengan koneksi internet.

b. **BSI *Net Banking***

Merupakan layanan yang ditawarkan oleh Bank BSI yang memungkinkan pelanggan berinteraksi melalui internet. *Net banking* berbeda dari *mobile banking* karena tidak tersedia secara gratis.

c. **BSI *Electronic Payroll***

Merupakan produk layanan yang ditawarkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang memungkinkan karyawan perusahaan yang bekerja sama dengan Bank BSI untuk membayar dengan mudah, aman, dan fleksibel dengan menggunakan teknologi terbaru.

d. **BSI Jual Beli Valas**

Ini adalah layanan yang ditawarkan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang memungkinkan Anda menukar uang Rupiah ke mata uang asing dan sebaliknya.

e. **Hasanah *Card***

Merupakan kartu yang memiliki tujuan yang sama dengan kartu kredit, dan keduanya memiliki hubungan hukum berdasarkan sistem antara pemangku kepentingan yang ada, yang diatur oleh Fatwa DSN MUI.

4.1.6 Struktur Organisasi dan Tata Kelola

Struktur organisasi dan tata kelola merujuk pada cara di mana suatu organisasi diatur dan dijalankan. Ini mencakup pembagian tugas, tanggung jawab, dan otoritas antara berbagai unit dan individu dalam organisasi. Struktur organisasi menentukan hierarki dan hubungan antarbagian di dalam perusahaan, sementara tata kelola menetapkan proses pengambilan keputusan, pengawasan, dan akuntabilitas di semua tingkatan organisasi. Struktur organisasi yang efektif dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dengan mengklarifikasi peran dan tanggung jawab, meningkatkan komunikasi antarunit, dan memfasilitasi koordinasi yang lebih baik. Di sisi lain, tata kelola yang baik mencakup kebijakan, prosedur, dan praktik manajemen yang memastikan transparansi, integritas, dan kepatuhan dalam operasi perusahaan. Hal ini penting untuk memastikan bahwa kepentingan seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, karyawan, dan masyarakat luas, dipertimbangkan dalam setiap keputusan yang dibuat oleh organisasi (Oktavia & Isbanah, 2019)

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII sebagai berikut:

1. *Cash Outlet Manager*

- f. Mengkoordinasi, menggerakkan dan memantau rencana kerja dan anggaran tahunan yang berada di wilayah kerja.
- g. Memiliki tanggung jawab dalam pekerjaan, baik dari bisnis maupun oprasional unit kerja yang ada dibawahnya.
- h. Menjaga hubungan baik internal maupun eksternal, stakeholder unit kerja yang berada dibawahnya.

2. *Branch Operation Supervisor*

- a. Pengawasan operasional (memastikan bahwa semua prosedur oprasional cabang dengan kebijakan dan standar perbankan).
- b. Memastikan standart layanan nasabah berjalan sesuai dengan ketentuan.
- i. Manajemen kas (memastikan akurasi dan keamanan dalam pengelolaan kas).

3. *Teller*

- a. Melakukan transaksi keuangan nasabah seperti penyetoran, penarikan, transfer dan pembayaran tagihan.
 - b. Menangani transaksi keuangan nasabah seperti penyetoran, penarikan, transfer, dan pembayaran tagihan.
 - c. Memberikan informasi rekening kepada nasabah, seperti saldo, mutasi, rekening, dan detail transaksi.
 - j. Melakukan perhitungan setelah jam layanan selesai dan memastikan saldo sama dengan menu system dan uang fisik.
 - k. Menyetorkan uang kas kepada supervisor.
 - l. Mencetak laporan akhir hari sebagai validasi.
4. *Customer Service*
- a. Melakukan pelayanan kepada nasabah.
 - b. Membantu nasabah dalam proses pembukaan rekening barua atau informasi rekening.
 - c. Menanggapi keluhan dan masalah nasabah dengan cepat dan efektif.
 - d. Memberikan solusi tentang masalah yang dihadapi nasabah.
 - e. Menyediakan informasi lengkap dan jelas tentang produk dan layanan bank kepada nasabah.
5. *Security*
- a. Menjaga Bank.
 - b. Membantu nasabah yang ingin melakukan transaksi.
6. *Office Boy*
- a. Menjaga kebersihan bank.
 - b. Menjaga kerapihan bank.

4.2 Analisis Data

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang dibentuk melalui merger tiga bank syariah milik BUMN: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Sejak berdiri pada awal 2021, BSI terus berkembang pesat dan berperan penting dalam perekonomian syariah di Indonesia. BSI memiliki berbagai produk perbankan syariah, termasuk Tabungan *EasyWadiah*,

yang dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Laporan tahunan BSI tahun 2023 memberikan gambaran mengenai kinerja keuangan dan operasional bank selama tahun tersebut. Beberapa poin penting dari laporan tersebut antara lain:

1. Kinerja Keuangan: BSI mencatat peningkatan aset, laba bersih, dan Dana Pihak Ketiga (DPK). Hal ini menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan dan produk BSI semakin meningkat.
2. Inovasi Produk dan Layanan: BSI terus melakukan inovasi dalam produk dan layanan perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah, termasuk pengembangan digital *banking*.
3. Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial: BSI juga berfokus pada keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dengan berbagai program CSR dan inisiatif keberlanjutan yang mendukung pemberdayaan ekonomi umat.

Tabel 4.1 Kinerja Keuangan Utama BSI 2023

Indikator	2022	2023	Pertumbuhan (%)
Total Aset	Rp 247 Triliun	Rp 275 Triliun	11.3%
Laba Bersih	Rp 4.2 Triliun	Rp 5.5 Triliun	30.9%
Dana Pihak Ketiga (DPK)	Rp 200 Triliun	Rp 220 Triliun	10%
Pembiayaan	Rp 150 Triliun	Rp 165 Triliun	10%

Sumber: https://ir.bankbsi.co.id/annual_reports.html

Data di atas menunjukkan pertumbuhan positif BSI dari tahun 2022 ke 2023, dengan peningkatan signifikan dalam total aset, laba bersih, dan dana pihak ketiga. Inovasi dalam produk dan layanan digital, serta komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, menunjukkan dedikasi BSI untuk terus memenuhi kebutuhan nasabah dan memberikan layanan yang terbaik.

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan sepuluh responden bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai

analisis strategi *marketing mix* untuk meningkatkan minat nasabah dan mengetahui persepsi mereka terhadap Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII. Hasil wawancara ini memberikan gambaran tentang bagaimana nasabah memandang kualitas *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* dari berbagai sudut pandang.

4.2.1 Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

1. *Product*

Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) mencakup berbagai layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sebagai bagian dari strategi *marketing mix*, Tabungan *Easy wadiah* merupakan produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah. Tabungan *Easy Wadiah* adalah produk tabungan syariah yang menawarkan keamanan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah dengan prinsip *wadiah*. Keunggulannya tidak ada biaya administrasi bulanan, transparansi dalam pengelolaan dana, serta kemudahan akses melalui layanan tambahan seperti internet *banking* dan *mobile banking*. Banyak nasabah mengetahui produk Tabungan *Easy Wadiah* dari teman atau rekan kerja mereka. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dinyatakan oleh Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Dari teman yang magang pada bank tersebut.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun yang dikatakan oleh Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Saya mengetahui produk Tabungan *Easy Wadiah* dari teman dan sosial media.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah menyatakan bahwa produk ini menarik karena sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan keamanan serta transparansi dalam pengelolaan dana.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII:

“Produk ini menarik karena sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan keamanan serta transparansi dalam pengelolaan dana.” (Wawancara, 2024)

Hal ini juga didukung oleh Murni dan Ahmad yang menyatakan keunggulan keamanan dan kepatuhan syariah dari produk ini. Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Saya tertarik karena produk ini menawarkan keamanan, transparansi, dan sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut. Keunggulannya adalah tidak ada unsur riba dan keamanan dana. Kekurangannya yaitu variasi promosi yang dilakukan oleh bank.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun yang dikatakan oleh Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Produk ini menarik karena sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut, serta keamanan dan transparansi yang ditawarkan oleh Bank BSI. Keunggulannya adalah keamanan dana dan kepatuhan syariah. Kekurangannya mungkin pada kurangnya promosi dan informasi yang detail.” (Wawancara, Juli 2024)

Salah satu keunggulan utama yang diakui oleh nasabah adalah bebas biaya administrasi setiap bulan. Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Keunggulannya nasabah tidak dikenakan beban biaya admin setiap bulan.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Kelebihannya, nasabahnya tidak bakalan dikenakan beban biaya admin setiap bulan.” (Wawancara, Juli 2024)

Fasilitas *mobile banking* dan kartu ATM memberikan kemudahan dalam akses dan pengelolaan rekening. Pernyataan tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Fasilitas *mobile banking* dan kartu ATM memberikan kemudahan dalam akses dan pengelolaan rekening.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah lain, Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII, juga menekankan kemudahan transaksi sebagai salah satu keunggulan produk ini bahwa:

“Karena tanpa biaya admin, adanya fasilitas *mobile banking* dan kartu ATM seperti bank-bank yang lain. Keunggulan tanpa biaya admin, kekurangannya untuk sejauh ini saya belum menemukan karena kalau hanya buat untuk nabung atau hanya simpanan dan uangnya tidak bertambah atau berkurang menurut saya cocok.” (Wawancara, Juli 2024)

Banyak nasabah merasa bahwa promosi dan informasi yang diberikan kurang memadai. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Kekurangannya mungkin pada variasi promosi dan informasi yang lebih detail.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Kekurangannya pada variasi promosi yang dilakukan oleh bank.” (Wawancara, Juli 2024)

Beberapa nasabah menyebutkan bahwa layanan online perlu ditingkatkan. Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Kekurangannya pada layanan online yang perlu ditingkatkan.” (Wawancara, Juli 2024)

Beberapa nasabah merasa bahwa produk ini kurang cocok untuk simpanan jangka panjang karena tidak memberikan bagi hasil. Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengatakan bahwa:

“Kekurangannya sendiri kurang cocok buat simpanan jangka panjang karena prinsipnya kita tidak akan mendapatkan bagi hasil dari tabungan yang kita simpan.” (Wawancara, Juli 2024)

Ada nasabah yang mengeluhkan gangguan teknis dalam pengambilan uang. Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Sering terjadi gangguan ketika mau ambil uang, saya pernah dalam waktu satu minggu tidak bisa ambil uang dikarenakan adanya gangguan.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Produk Tabungan *Easy Wadiah* dari Bank Syariah Indonesia (BSI) menawarkan keunggulan dalam keamanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, dan kemudahan akses. Nasabah menyambut positif karena bebas biaya administrasi bulanan dan fasilitas seperti *mobile banking* yang memudahkan pengelolaan rekening. Meskipun demikian, ada beberapa masukan dari nasabah terkait kurangnya promosi yang informatif dan gangguan teknis dalam layanan. Selain itu, sebagian nasabah menilai bahwa produk ini kurang cocok untuk simpanan jangka panjang karena tidak menawarkan bagi hasil. Secara keseluruhan, produk ini menarik bagi nasabah yang mengutamakan keamanan dan kepatuhan syariah, tetapi membutuhkan

peningkatan dalam strategi promosi dan perbaikan layanan teknis untuk memenuhi ekspektasi nasabah secara lebih baik.

2. *Price*

Dalam menetapkan harga untuk produk Tabungan *Easy Wadiah*, Bank BSI memastikan agar tidak memberatkan pelanggan. Harga yang ditentukan didasarkan pada kondisi ekonomi komunitas yang menjadi target pasar, termasuk masyarakat menengah ke bawah dan pelajar. Oleh karena itu, Bank BSI KCP FTS UII menetapkan harga yang terjangkau, sesuai dengan prinsip-prinsip keuangan syariah, untuk memastikan ketersediaan layanan kepada segmen tersebut. Oleh karena itu harga yang ditentukan oleh Bank BSI KCP FTS UII relatif ringan dengan rincian sebagai berikut:

- a. Tidak ada biaya administrasi setiap bulannya.
- b. Setoran awal terjangkau yaitu sebesar Rp100.000,-.
- c. Saldo minimal sebesar Rp50.000,-.
- d. Biaya untuk penutupan rekening sebesar Rp25.000,-.
- e. Biaya untuk penggantian kartu rusak/hilang sebesar Rp25.000,-.

Nasabah mengakui bahwa biaya administrasi Tabungan *Easy Wadiah* cukup terjangkau dan wajar. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Biaya administrasinya cukup terjangkau, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Biaya administrasi dan potongan yang berlaku cukup terjangkau dan wajar.” (Wawancara, Juli 2024)

Hal serupa diungkapkan oleh Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Biaya administrasinya cukup terjangkau, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Biaya administrasinya cukup wajar, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci kepada nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Sebagian besar nasabah merasa bahwa biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyebutkan bahwa:

“Ya, sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni dan Ahmad juga menyatakan hal serupa, menekankan bahwa biaya administrasi yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang mereka dapatkan.

Murni selaku nasabah bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Ya, saya merasa biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Ya, biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.” (Wawancara, Juli 2024)

Banyak nasabah merasa bahwa informasi mengenai biaya dan potongan masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengungkapkan bahwa:

“Informasi mengenai biaya dan fee sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Informasi biaya sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami oleh semua kalangan.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah menekankan pentingnya transparansi dalam penyajian biaya dan potongan yang dikenakan. Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Masih kurang informatif dari awal, sesungguhnya transparansi biaya pada Tabungan *Easy Wadiah* akan dinilai baik jika semua informasi terkait biaya dan potongan dapat diakses dengan mudah, disajikan dengan jelas, dan nasabah merasa bahwa mereka dapat memahami semua ketentuan dengan baik tanpa ada yang tersembunyi.” (Wawancara, Juli 2024)

Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Seharusnya transparan sesuai dengan manfaatnya.” (Wawancara, Juli 2024)

Beberapa nasabah menyebutkan adanya biaya tambahan untuk penerbitan dan penggantian kartu ATM serta beberapa jenis transaksi lainnya. Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII:

“Mungkin akan dikenakan biaya untuk penerbitan dan penggantian kartu ATM. Biaya ini bisa berbeda tergantung dari kebijakan bank.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Tidak ada potongan biaya admin, hanya saja kalau menggunakan kartu ATM dikenakan biaya admin per bulan dan tergantung jenis kartu yang digunakan.” (Wawancara, Juli 2024)

Ada kebutuhan untuk penjelasan tambahan mengenai biaya pembukaan rekening dan potongan lainnya yang mungkin kurang diketahui oleh nasabah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Mudah dipahami, tapi kurang informatif mengenai penjelasan tentang pembukaan rekening di awal 100.000 tetapi yang 50.000 diendapkan dengan tujuan untuk apa tidak semuanya orang pada tau.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyebutkan perlunya penyampaian informasi mengenai biaya tambahan bahwa:

“Mungkin bisa disampaikan untuk informasi biaya tambahan-tambahan yang lainnya, bisa disampaikan waktu pembukaan rekening.” (Wawancara, Juli 2024)

Tabungan *Easy Wadiah* menawarkan biaya administrasi yang cukup terjangkau atau bahkan tidak ada biaya administrasi bulanan, tergantung pada kebijakan bank. Namun, nasabah mungkin akan dikenakan biaya untuk penerbitan dan penggantian kartu ATM. Selain itu, ada potongan biaya yang mungkin dikenakan untuk beberapa jenis transaksi seperti penarikan di ATM bank lain, transfer antar bank, atau transaksi di luar negeri.

Secara umum, biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang diperoleh dari produk ini. Namun, terdapat keinginan agar informasi mengenai biaya dan potongan dapat ditingkatkan kejelasannya agar lebih mudah dipahami

oleh nasabah. Transparansi biaya diharapkan dapat disajikan dengan lebih baik, termasuk dengan menjelaskan secara rinci potongan-potongan yang diberlakukan untuk setiap jenis transaksi.

3. *Place*

Pemilihan lokasi yang tepat memudahkan pelanggan. Bank BSI KCP FTS UII terletak di Kampus Terpadu FTSP UII, di Jalan Kaliurang KM 14,5. Bank BSI KCP FTS UII memiliki lokasi yang strategis karena berada di sekitar kampus UII, yang memudahkan akses bagi mahasiswa, staf, dan dosen. Keberadaannya di lingkungan kampus juga memberikan keunggulan besar dalam menarik nasabah dari kalangan akademik. Sesuai dengan informasi yang diberikan oleh narasumber. Banyak nasabah mengapresiasi lokasi strategis Bank BSI KCP FTS UII yang berada di sekitar kampus UII. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Lokasinya cukup strategis. Lumayan mudah untuk aksesnya.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Lokasinya strategis dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf kampus UII.” (Wawancara, Juli 2024)

Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyebutkan:

“Lokasinya cukup strategis, dekat dengan kampus UII, sehingga mudah dijangkau oleh mahasiswa dan staf kampus.” (Wawancara, Juli 2024)

Lokasi yang mudah diakses menjadi faktor penting dalam keputusan nasabah memilih produk Tabungan *Easy Wadiah*. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Ya, lokasi yang mudah diakses mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.” (Wawancara, Juli 2024)

Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga setuju dengan hal serupa bahwa:

“Ya, letak lokasi mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah dari kalangan mahasiswa dan staf kampus merasa sangat terbantu dengan lokasi bank yang dekat dengan kampus. Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyebutkan bahwa:

“Menurut saya akses BSI KCP FTS UII sudah sangat strategis karena berada di kampus.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyoroti bahwa:

“Lokasi Bank BSI KCP FTS UII di sekitar kampus UII merupakan keunggulan besar untuk menarik nasabah dari kalangan mahasiswa, staf, dan dosen.” (Wawancara, Juli 2024)

Lokasi strategis sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk. Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan:

“Ya, lokasi yang strategis mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Ya, kemudahan dalam akses lokasi dan letak yang strategis mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.” (Wawancara, 2024)

Beberapa nasabah menyarankan perbaikan dalam aksesibilitas, terutama dalam penunjuk arah dan fasilitas parkir. Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Namun, untuk meningkatkan aksesibilitas, perlu perhatian khusus terhadap peningkatan fasilitas parkir dan penunjuk parkir yang lebih baik.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyebutkan bahwa:

“Kurang strategis, karena didalam kampus dan untuk menuju ke lokasinya tidak ada papan penunjuk bahwa didalam kampus ada Bank tidak hanya ATM.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah yang tinggal dekat dengan kampus merasa lokasi bank sangat strategis, sementara yang lain merasa kurang strategis. Hal tersebut sesuai hasil wawancara dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII yaitu Dina menyatakan bahwa:

“Kalau lokasi menurut saya strategis karena ada di kampus, jadi mahasiswa yang pengen bikin rekening mudah.” (Wawancara, Juli 2024)

Namun, Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII berpendapat bahwa:

“Menurut saya kurang strategis, karena banyak bank pesaing yang lebih terkenal di satu tempat tersebut.” (Wawancara, Juli 2024)

Kesimpulan dari wawancara tersebut, Tabungan *Easy Wadiah* menarik bagi nasabah yang mengutamakan biaya administrasi yang terjangkau dan lokasi yang strategis di sekitar lingkungan kampus, meskipun masih ada aspek-aspek tertentu yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan pengalaman nasabah, seperti transparansi biaya yang lebih baik dan peningkatan aksesibilitas fisik.

4. *Promotion*

Promosi produk Tabungan *Easy Wadiah* dari Bank BSI KCP FTS UII belum terlalu efektif dan perlu ditingkatkan dalam beberapa aspek. Banyak nasabah mengetahui produk Tabungan *Easy Wadiah* dari teman atau rekan kerja mereka. Hal tersebut sesuai hasil wawancara dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII Silva menyebut bahwa:

“Dari teman yang magang pada bank tersebut.” (Wawancara, Juli 2024)

Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Saya mengetahui produk Tabungan *Easy Wadiah* dari teman dan sosial media.” (Wawancara, Juli 2024)

Hal serupa diungkapkan oleh Sigit, Ahmad dan Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII yang juga mengetahui produk ini dari rekomendasi teman atau informasi dari internet. Mayoritas nasabah merasa bahwa promosi yang dilakukan oleh Bank BSI untuk Tabungan *Easy Wadiah* belum cukup efektif. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Promosinya belum terlalu efektif karena kurang intensif.” (Wawancara, Juli 2024)

Pendapat ini sejalan dengan pandangan Murni, Ahmad, Fina dan Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyebut promosi masih kurang intensif dan belum menysasar target pasar dengan tepat. Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyebut bahwa:

“Kurang efektif. Balik lagi iklan di social media dibanyakin, harus lebih bervariasi.” (Wawancara, Juli 2024)

Para nasabah memberikan berbagai saran untuk meningkatkan promosi Tabungan *Easy Wadiah*. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII merekomendasikan bahwa:

“Menghadiri pameran atau *event* lokal seperti pameran pendidikan atau festival komunitas.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan pentingnya promosi digital dan edukasi mendalam bahwa:

“Promosi melalui digital dan bisa dilakukan dengan berbagai macam kegiatan, misalnya edukasi mendalam.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyarankan bahwa:

“Mengadakan seminar atau webinar tentang manfaat dan fitur Tabungan *Easy Wadiah*.” (Wawancara, Juli 2024)

Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menekankan perlunya lebih banyak iklan bahwa:

“Balik lagi iklan di social media dibanyakin, harus lebih bervariasi, banyakin iklan di TikTok juga bisa dan itu membuat masyarakat atau orang lain lebih *aware*.” (Wawancara, Juli 2024)

Selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII Afiani menambahkan ide promosi melalui kerjasama dengan *merchant* atau *event* tertentu ungkapnya bahwa:

“Melakukan promosi dengan memberi promo di *merchant-merchant*, atau bisa bekerja sama dengan suatu *event*.” (Wawancara, Juli 2024)

Meskipun sudah ada upaya seperti promosi melalui brosur, rekomendasi dari teman, dan sebagian kecil promosi melalui media sosial, masih diperlukan langkah-langkah lebih intensif dan strategis untuk meningkatkan kesadaran dan minat nasabah potensial terhadap produk ini. Langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan promosi Tabungan *Easy Wadiah* meliputi:

- a. Aktivitas Pameran dan *Event* Lokal: Menghadiri pameran atau event lokal seperti pameran pendidikan atau festival komunitas untuk langsung memperkenalkan produk kepada masyarakat dan memberikan informasi langsung.

- b. Penguatan *Digital Marketing*: Memanfaatkan media sosial dengan lebih intensif untuk memperkuat brand *awareness*. Ini bisa dilakukan dengan konten visual menarik, testimoni nasabah, dan penawaran khusus yang menarik perhatian calon nasabah.
- c. Edukasi dan Penyuluhan: Mengadakan seminar atau webinar secara teratur tentang manfaat dan prinsip syariah yang mendasari Tabungan *Easy Wadiah*. Edukasi mendalam ini penting untuk memberikan informasi yang komprehensif kepada masyarakat.
- d. Kolaborasi dengan Komunitas: Berkolaborasi dengan komunitas lokal yang memiliki nilai-nilai sejalan dengan prinsip syariah untuk membangun kepercayaan dan koneksi yang lebih dalam dengan calon nasabah.
- e. Kampanye *Word-of-Mouth*: Mendorong nasabah yang puas untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan teman dan keluarga sebagai bentuk promosi yang lebih personal dan bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa meningkatkan intensitas promosi melalui berbagai kanal yang relevan dan mendukung, Bank BSI KCP FTS UII dapat meningkatkan visibilitas dan popularitas Tabungan *Easy Wadiah* di kalangan masyarakat yang lebih luas. Hal ini akan membantu dalam menarik minat nasabah baru dan memperkuat loyalitas nasabah yang sudah ada.

5. *People*

Dalam praktiknya, nasabah berinteraksi dengan pelanggan, seperti *branch outlet*, *teller*, *customer service*, *supervisor*, *marketing*, dan satpam, ketika nasabah merasa senang dan nyaman dengan layanan yang mereka terima, nasabah akan menginformasikannya kepada orang lain. Hal ini menguntungkan perbankan. Sikap dan penampilan karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karyawan yang ramah dan informatif memiliki pengaruh besar dalam keputusan nasabah memilih produk Tabungan *Easy Wadiah*. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Peran karyawan cukup penting, karena apabila tidak ramah itu membuat saya tidak tertarik dalam transaksi pada bank tersebut.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Peran karyawan sangat penting karena mereka memberikan informasi yang jelas dan mendukung proses administrasi.” (Wawancara, Juli 2024)

Banyak nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengungkapkan bahwa:

“Pengalaman saya cukup baik, karyawannya ramah dan informatif.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Pelayanannya cukup memuaskan, karyawan yang bertugas di sana ramah, rapi, sopan, serta jelas dalam membantu dan melayani.” (Wawancara, Juli 2024)

Sikap dan penampilan karyawan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Ya, sangat mempengaruhi.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Penampilan karyawan juga salah satu faktor kepuasan nasabah, karena jika karyawan enak dipandang, maka nasabahnya juga tidak terbesit pikiran untuk tidak mau berkunjung lagi.” (Wawancara, Juli 2024)

Karyawan yang profesional dan membantu sangat dihargai oleh nasabah. Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Pengalaman saya cukup positif. Karyawan sangat ramah dan profesional dalam melayani nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Bagus, karna melayani dengan baik, pelayanannya cepat dan ramah.” (Wawancara, Juli 2024)

Pelayanan yang baik menjadi faktor utama dalam keputusan nasabah untuk memilih dan tetap menggunakan layanan bank. Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Sangat penting. Sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan saya sebagai nasabah” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menambahkan bahwa:

“Sangat penting, terutama dari segi pelayanan.” (Wawancara, Juli 2024)

Peran karyawan sangat penting dalam keputusan nasabah memilih produk Tabungan *Easy Wadiah*. Karyawan yang ramah, informatif, dan profesional sangat dihargai oleh nasabah. Sikap dan penampilan karyawan juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Banyak nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan menyatakan bahwa pelayanan yang baik adalah salah satu alasan utama mereka memilih dan tetap menggunakan layanan bank ini. Hal-hal yang terlihat penting dalam pengalaman nasabah meliputi:

- a. **Ramah dan Membantu:** Sikap karyawan yang ramah dan bersedia membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan menjadi faktor krusial dalam menarik minat nasabah untuk memilih produk Tabungan *EasyWadiah*.
- b. **Profesionalisme:** Karyawan yang profesional dalam menjalankan tugasnya, baik dalam memberikan layanan maupun menjelaskan produk, memberikan kesan positif kepada nasabah.
- c. **Peran dalam Keputusan Nasabah:** Peran karyawan dalam membimbing dan memberikan pemahaman yang baik mengenai produk bank menjadi sangat penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan atau produk tertentu.
- d. **Penampilan yang Menyenangkan:** Penampilan yang rapi dan sopan dari karyawan juga berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa mempertahankan dan terus meningkatkan standar pelayanan yang tinggi, serta terus mengembangkan keterampilan interpersonal dan pengetahuan produk karyawan, Bank BSI KCP FTS UII dapat memperkuat hubungan dengan nasabahnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah yang sudah ada, tetapi juga membantu dalam menarik nasabah baru melalui rekomendasi positif dari pelanggan yang puas.

6. *Process*

Secara umum, nasabah menganggap bahwa proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah* cukup mudah, cepat, dan efisien. Namun, beberapa nasabah menyoroti bahwa kemungkinan adanya kendala teknis dalam proses administrasi atau verifikasi dokumen dapat memperlambat proses, meskipun kesulitan tersebut biasanya dapat diselesaikan dengan cepat. Banyak nasabah merasa bahwa proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah* cukup mudah dan cepat. Pernyataan tersebut sesuai hasil wawancara yang dilakukan dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII yaitu Murni menyatakan bahwa:

“Prosesnya cukup mudah dan cepat, tidak memakan waktu lama.”
(Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Sangat mudah dan cepat.” (Wawancara, Juli 2024)

Beberapa nasabah tidak mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya. Hal tersebut sesuai hasil wawancara oleh Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Sejauh ini saya tidak pernah mengalami kesulitan, hanya saja terdapat kendala teknis.” (Wawancara, Juli 2024)

Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengungkapkan bahwa:

“Tidak ada kesulitan untuk, sejauh ini semuanya berjalan lancar.”
(Wawancara, Juli 2024)

Namun, ada juga yang mengalami sedikit kendala. Hal tersebut diungkapkan oleh Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Saya pernah mengalami sedikit kesulitan dalam proses verifikasi, namun dapat diselesaikan dengan cepat.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah memberikan beberapa saran untuk meningkatkan layanan di Bank BSI KCP FTS UII. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyarankan bahwa:

“Mengumpulkan umpan balik secara teratur dari nasabah mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan layanan.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“BSI perlu meningkatkan transparansi, memperbaiki layanan digital, memberikan pelatihan yang memadai bagi staf *customer service*, serta

menyediakan edukasi yang lebih baik bagi nasabah mengenai produk dan layanan yang mereka tawarkan.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Kalau untuk seperti pergantian kartu, pembuatan PIN atau cetak tabungan seharusnya bisa diselesaikan di *customer service*, tidak perlu ke *teller*, karna menjadi salah satu tambahannya antrean semakin banyak dan bolak-balik.” (Wawancara, Juli 2024)

Untuk meningkatkan layanan, nasabah menyarankan agar bank mengumpulkan umpan balik secara teratur, meningkatkan transparansi, memperbaiki layanan digital, serta mempermudah proses administrasi tertentu seperti pembuatan PIN dan pergantian kartu di *customer service*. Bank BSI KCP FTS UII disarankan untuk:

1. Mengumpulkan Umpan Balik Nasabah: Melakukan survei kepuasan nasabah secara teratur untuk memahami pengalaman nasabah secara mendalam dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.
2. Transparansi Informasi: Memastikan informasi mengenai produk, biaya, syarat, dan manfaat Tabungan *Easy Wadiah* tersedia secara jelas dan mudah diakses oleh nasabah potensial.
3. Meningkatkan Layanan Digital: Memperbarui dan meningkatkan sistem teknologi serta infrastruktur pendukung untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses bagi nasabah.
4. Peningkatan Kapasitas Layanan *Customer Service*: Memberikan pelatihan yang memadai bagi staf *customer service* untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memberikan layanan yang baik kepada nasabah.
5. Pengelolaan Antrian dan Jumlah Karyawan: Menyesuaikan manajemen antrian dan jumlah karyawan di jam sibuk untuk mengurangi waktu tunggu nasabah dan meningkatkan kecepatan layanan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengenai Tabungan *Easy Wadiah*, dapat disimpulkan bahwa karyawan yang ramah, informatif, dan profesional sangat berperan dalam kepuasan nasabah. Nasabah menghargai pelayanan yang baik dan transparansi informasi mengenai produk. Proses pembukaan rekening umumnya dianggap mudah meskipun

terdapat beberapa kendala teknis yang dapat diatasi dengan cepat. Saran untuk bank meliputi meningkatkan layanan digital, pelatihan bagi staf *customer service*, dan memperbaiki proses administrasi tertentu. Mempertahankan standar pelayanan yang tinggi dan mendengarkan umpan balik nasabah secara teratur, Bank BSI KCP FTS UII dapat memperkuat hubungan dengan nasabah dan meningkatkan kepercayaan serta kepuasan nasabah.

7. *Physical evidence*

Secara umum, nasabah menganggap bahwa fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII sudah cukup baik, nyaman, dan bersih. Namun, terdapat beberapa area yang dapat ditingkatkan untuk meningkatkan kenyamanan nasabah, terutama terkait dengan area parkir. Sebagian besar nasabah merasa bahwa fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII sudah cukup baik dan memadai. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Sudah cukup memadai.” (Wawancara, Juli 2024)

Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyatakan bahwa:

“Fasilitas fisik BSI UII sudah sangat lengkap, dan bagus.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan hal serupa bahwa:

“Cukup baik dan nasabah dapat menikmati waktu tunggu antrean tanpa mengeluh karena AC kurang dingin ataupun ruangan yang kurang bersih.” (Wawancara, Juli 2024)

Fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai hasil wawancara dengan Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Ya, sangat mempengaruhi.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Ya, fasilitas yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya saat berkunjung ke bank.” (Wawancara, Juli 2024)

Heru selaku nasabah Bnk BSI KCP FTS UII juga menyetujui bahwa:

“Iya sangat berpengaruh.” (Wawancara, Juli 2024)

Nasabah memberikan berbagai saran untuk meningkatkan fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyarankan bahwa:

“Area parkir mungkin lebih diinformasikan lagi mengenai parkir yang tersedia dan papan petunjuk yang digunakan dengan tepat.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Area parkir yang lebih luas dan ruang tunggu yang lebih nyaman bisa sangat membantu meningkatkan kenyamanan nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Adapun Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Pertama area parkir, sebaiknya lebih diperjelas dimana tempat parkirnya.” (Wawancara, Juli 2024)

Untuk meningkatkan fasilitas fisik meliputi memperjelas informasi tentang area parkir, memperluas area parkir, dan membuat ruang tunggu yang lebih nyaman yaitu:

1. Area Parkir: Nasabah menyatakan perlunya informasi yang lebih jelas mengenai lokasi dan petunjuk parkir. Hal ini akan membantu mengurangi kebingungan dan meningkatkan kemudahan akses bagi nasabah.
2. Ruang Tunggu: Meskipun ruang tunggu sudah cukup nyaman, beberapa nasabah menyarankan untuk meningkatkan kenyamanan lebih lanjut dengan penambahan fasilitas atau peningkatan pengaturan ruangan.
3. Kebersihan: Kebersihan ruang tunggu dan area bank secara keseluruhan dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah secara positif, namun perlu dijaga dan dipertahankan agar tetap memenuhi standar yang diharapkan.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa dengan melakukan perbaikan dan peningkatan pada fasilitas fisik ini, Bank BSI KCP FTS UII diharapkan dapat terus meningkatkan tingkat kepuasan nasabah serta menciptakan lingkungan yang lebih menyenangkan bagi semua pengunjung.

4.2.2 Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix* Dalam Penggunaan Tabungan *EasyWadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

1. *Product*

Beberapa nasabah menyoroti keunggulan produk ini dalam hal tidak adanya biaya admin, yang membuatnya menjadi alternatif menabung yang menarik. Pernyataan tersebut sesuai hasil wawancara oleh nasabah Bank BSI KCP FTS UII, kebanyakan nasabah menganggap Tabungan *Easy Wadiah* sudah memiliki kualitas yang baik. Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Saya menganggap produk Tabungan *Easy Wadiah* memiliki kualitas yang memadai. Meskipun saya mengharapkan beberapa fitur tambahan. Secara keseluruhan produk ini memenuhi kebutuhan dasar saya.” (Wawancara, Juli 2024)

Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Sudah bagus karena tidak melibatkan bunga yang diharamkan dalam Islam. Produk ini memberikan fleksibilitas dalam penarikan dana tanpa biaya tambahan serta akses yang mudah melalui internet *banking* dan *mobile banking*.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengatakan bahwa:

“Tabungan *Easy Wadiah* menawarkan banyak keuntungan yang menarik bagi nasabah, terutama bagi mereka yang mencari produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, peningkatan dalam transparansi biaya, edukasi nasabah, dan kualitas layanan *customer service* akan semakin memperkuat kualitas produk ini.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menegaskan bahwa:

“Kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah* cukup memuaskan dan sesuai dengan harapan saya. Ya, produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya dengan baik.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menilai bahwa:

“Saya menilai kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII sangat baik. Produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya karena fitur-fiturnya yang memberikan keamanan dan tingkat pengembalian yang kompetitif.” (Wawancara, Juli 2024)

Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga mengungkapkan bahwa:

“Kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah* sangat baik, memberikan banyak manfaat dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.” (Wawancara, Juli 2024)

Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII meskipun menganggap produk ini masih kurang menarik dibandingkan produk lain mengatakan bahwa:

“Cukup memenuhi ekspektasi saya.” (Wawancara, Juli 2024)

Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah* cukup baik, menawarkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Kualitasnya bagus, karena tidak ada biaya admin dan syarat pembukaan rekening yang mudah hanya dengan KTP.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga setuju bahwa:

“Cukup menarik, karena tanpa biaya admin besar seperti bank-bank lain. Ini memenuhi kebutuhan saya.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengenai Tabungan *Easy Wadiah*, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah memberikan penilaian positif terhadap kualitas produk ini. Mereka menganggap Tabungan *Easy Wadiah* memadai dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti keamanan, kepatuhan syariah, dan kemudahan akses melalui internet *banking* dan *mobile banking*. Keunggulan produk ini yang mencatatkan tidak adanya biaya admin menjadi poin menarik tersendiri bagi nasabah. Meskipun demikian, terdapat harapan untuk peningkatan di beberapa aspek seperti penambahan fitur tambahan, transparansi biaya yang lebih baik, edukasi nasabah yang lebih intensif, dan peningkatan kualitas layanan *customer service*. Adanya diperlakukan dalam memperbaiki aspek-aspek ini, Bank BSI KCP FTS UII dapat lebih memperkuat kualitas produk Tabungan *EasyWadiah* dan memenuhi ekspektasi nasabah dengan lebih baik lagi.

2. Price

Mayoritas nasabah menyatakan bahwa biaya yang dikenakan untuk produk Tabungan *Easy Wadiah* dinilai wajar dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Nasabah mengapresiasi keberadaan fitur tanpa biaya administrasi bulanan, yang dianggap memberikan nilai tambah signifikan bagi nasabah.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara seperti yang diungkapkan oleh Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Biaya yang dikenakan untuk produk ini masih tergolong wajar dan tidak mahal dengan manfaat yang saya peroleh. Ya, sudah sepadan.” (Wawancara, Juli 2024)

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII, menyatakan bahwa:

“Biaya yang dikenakan sudah cukup murah dibandingkan dengan bank lain. Biaya dengan manfaat yang diperoleh menurut saya sudah sangat sepadan.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Biaya Tabungan *Easy Wadiah* dapat dianggap kompetitif dan wajar, terutama dengan tidak adanya biaya administrasi bulanan. Ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Pendapat dari nasabah lainnya juga menunjukkan konsistensi dalam persepsi terhadap biaya produk ini, dengan Murni, Ahmad, Fina, Heru, Dhifa dan Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengonfirmasi bahwa biaya yang dikenakan dinilai wajar dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh. Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FST UII juga menyatakan bahwa:

“Biaya yang dikenakan tidak begitu besar dan masih dapat dimaklumi, sehingga sepadan dengan layanan yang diberikan.” (Wawancara, 2024)

Beberapa nasabah mengungkapkan dorongan untuk meningkatkan transparansi biaya tambahan agar nasabah merasa lebih terinformasi dan puas dengan layanan yang diberikan. Seperti yang diungkapkan oleh Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Penting bagi BSI untuk terus meningkatkan transparansi dan komunikasi mengenai semua biaya yang mungkin dikenakan, sehingga nasabah dapat membuat keputusan yang terinformasi” (Wawancara, Juli 2024)

Hal ini juga ditekankan oleh Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII yang menyatakan bahwa:

“Harusnya biaya seperti top up shopee pay yang kepotong 1000 dijelaskan secara jelas di awal untuk menghindari kebingungan nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa, persepsi positif terhadap biaya ini membantu meningkatkan kepuasan nasabah dan memperkuat loyalitas terhadap Bank BSI KCP FTS UII, meskipun ada beberapa catatan terkait transparansi yang perlu diperbaiki untuk memastikan kepuasan nasabah yang lebih baik. Pentingnya transparansi biaya menjadikan nasabah dapat membuat keputusan yang terinformasi dan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan oleh Tabungan *Easy Wadiah*.

3. *Place*

Mayoritas nasabah memiliki persamaan pendapat termasuk Silva, Wiwid, Murni, Ahmad, Fina, Heru, Dhifa, dan Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menganggap lokasi Bank BSI KCP FTS UII cukup nyaman dan mudah diakses karena dekat dengan kampus UII. Seperti yang diungkapkan oleh Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses. Ya, lokasi bank memudahkan saya dalam melakukan transaksi.” (Wawancara, Juli 2024)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Lokasinya sangat nyaman dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf di sekitar kampus UII. Ya, lokasi bank yang strategis memudahkan saya dalam melakukan transaksi.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga menyetujui bahwa:

“Untuk kenyamanan sudah cukup baik, lokasi yang dekat dengan kampus UII memberikan keuntungan besar bagi komunitas akademik.” (Wawancara, Juli 2024)

Pendapat serupa juga disampaikan oleh Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Lokasi Bank BSI KCP FTS UII cukup nyaman dan mudah diakses, terutama karena dekat dengan kampus.” (Wawancara, Juli 2024)

Namun, ada juga yang mengkritik kurangnya informasi yang memadai untuk non-warga UII dan kurangnya strategi dalam mempromosikan keberadaan bank tersebut didalam kampus. Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Untuk orang lain selain warga UII menurut saya agak bingung, karena kurangnya informasi atau papan petunjuk adanya Bank BSI KCP FTS UII.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Sudah cukup nyaman. Lokasi kurang strategis. Tidak semua nasabah tau bahwa di kampus tersebut ada Bank BSI. Baiknya dapat ditambahkan informasi adanya Bank BSI tidak hanya ATM.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank BSI KCP FTS UII, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah, termasuk Silva, Wiwid, Murni, Ahmad, Fina, Heru, Dhifa, dan Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menganggap lokasi Bank BSI KCP FTS UII cukup nyaman dan mudah diakses karena dekat dengan kampus UII. Mereka mengapresiasi keuntungan strategis dari lokasi tersebut yang memudahkan akses bagi komunitas akademik, seperti mahasiswa dan staf universitas. Namun, beberapa nasabah, seperti Dina dan Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengkritik kurangnya informasi yang memadai untuk non-warga UII dan kurangnya strategi promosi yang efektif di dalam kampus.

Nasabah menyarankan agar Bank BSI KCP FTS UII meningkatkan informasi dan visibilitasnya di antara masyarakat umum yang tidak terkait dengan universitas, misalnya dengan memasang papan petunjuk atau meningkatkan promosi aktif di area kampus. Secara keseluruhan, sementara mayoritas nasabah merasa nyaman dengan lokasi bank yang strategis ini, ada potensi untuk meningkatkan upaya dalam meningkatkan visibilitas dan informasi kepada seluruh komunitas yang berpotensi menjadi nasabah.

4. *Promotion*

Sekilas wawancara dengan beberapa nasabah menunjukkan pendapat yang beragam terkait promosi Tabungan *Easy Wadiah* Bank BSI KCP FTS UII. Promosi bank terkadang kurang menarik, dengan informasi yang tidak selalu cukup meyakinkan, namun keberadaan biaya administrasi bulanan yang gratis tetap menarik minatnya. Hal tersebut sesuai yang diungkapkan oleh Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII bahwa:

“Promosi yang dilakukan oleh Bank BSI terkadang kurang menarik bagi saya. Informasi yang disampaikan terkadang kurang lengkap atau tidak cukup meyakinkan untuk membuat saya tertarik sepenuhnya, tetapi karena *free* biaya admin jadi saya tertarik.” (Wawancara, Juli 2024)

Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyarankan perbaikan dalam kejelasan dan komprehensivitas materi promosi serta mengusulkan adanya kampanye edukasi periodik untuk membangun kepercayaan bahwa:

“Mungkin kurang menarik perhatian orang. Menurut saya kurang jelas, perbarui dan perbaiki materi promosi agar lebih komprehensif dan informatif. Pastikan semua aspek produk yang relevan ditampilkan dengan jelas dan menarik. Selain promosi produk, adakan juga kampanye edukasi secara berkala tentang produk syariah dan manfaatnya. Ini tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap bank sebagai penyedia produk syariah yang kompeten.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengkritik strategi promosi yang minim dan kurang agresif, hanya sebatas penyebaran brosur di sekitar kampus bahwa:

“Strategi promosi untuk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII masih terbilang minim dan kurang efektif. Promosi untuk produk Tabungan *EasyWadiah* dilakukan dengan cara yang kurang agresif atau intensif. Hanya sebar brosur di sekitar kampus merupakan metode yang terbilang sederhana dan tidak terlalu mencolok. Informasi cukup jelas tetapi terkadang juga masih belum jelas. Namun, karena produk ini tidak memiliki biaya administrasi bulanan, saya tetap tertarik.” (Wawancara, Juli 2024)

Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII merasa tertarik meskipun promosi belum optimal dalam menjangkau target pasar secara efektif bahwa:

“Promosinya belum terlalu efektif karena tidak menasar target pasar dengan baik. Informasinya kadang kurang jelas dan tidak selalu meyakinkan. Meski demikian, saya merasa tertarik karena tidak adanya biaya administrasi bulanan.” (Wawancara, Juli 2024)

Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menilai promosi kurang terjangkau dan sulit dimengerti oleh nasabah potensial, meski fitur *free* biaya admin menarik perhatiannya bahwa:

“Masih kurang, karena promosinya hanya di daerah UII. Belum, karena penyampaiannya masih belum mudah untuk dipahami oleh nasabah atau

calon nasabah. Namun, saya tetap tertarik karena free biaya admin.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni dan Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII melihat potensi promosi yang bisa ditingkatkan dalam hal kejelasan dan kegencaran dalam menjangkau target pasar yang tepat bahwa:

“Promosinya cukup efektif meskipun masih bisa ditingkatkan. Informasinya cukup jelas dan meyakinkan.” (Wawancara, Juli 2024)

Dina menyarankan peningkatan promosi di media sosial untuk menyesuaikan dengan tren digital yang masif bahwa:

“Kurang gencar di sosial media, karena sekarang apa-apa serba internet jadi lebih masif dalam beriklan di sosial media. Jelas, kurang meyakinkan dalam iklannya apakah sesuai ekspektasi atau hanya sebatas iklan.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani menganggap promosi sudah cukup efektif namun bisa lebih intensif untuk meningkatkan kesadaran nasabah tentang produk Bank BSI, terutama Tabungan *Easy Wadiah* bahwa:

“Sudah cukup efektif, tapi mungkin bisa dilakukan lebih sering lagi jadi nasabah atau calon nasabah bisa tahu di BSI ada produk apa saja termasuk Tabungan *Easy Wadiah*. Sudah cukup jelas.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi Tabungan *Easy Wadiah* Bank BSI KCP FTS UII harus lebih ditingkatkan terutama dalam hal kejelasan informasi, kegencaran strategi promosi, dan peningkatan penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Meskipun demikian, keberadaan fitur tanpa biaya administrasi bulanan tetap menjadi faktor kunci yang menarik minat nasabah.

5. *People*

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII dinilai sangat baik oleh para nasabah. Mereka mengapresiasi keramahan, profesionalitas, dan kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan yang jelas dan akurat. Hal ini menciptakan hubungan yang baik antara bank dan nasabah, membuat nasabah merasa dihargai dan nyaman. Pernyataan ini sesuai dengan hasil

wawancara oleh nasabah, Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Saya merasa pelayanan dari karyawan Bank BSI konsisten, karyawan ramah. Ya, merasa dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengatakan bahwa:

“Menurut saya keramahan karyawan dalam melayani nasabah sudah sangat profesional. Iyaa saya sangat merasa dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Mereka mampu memberikan penjelasan yang jelas dan akurat kepada nasabah. Sikap ramah dan melayani membantu menciptakan hubungan yang baik antara bank dan nasabah. Iya, nyaman dan selalu disambut dengan baik.” (Wawancara, Juli 2024)

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII berpendapat bahwa:

“Karyawan sangat profesional dan ramah. Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII juga mengapresiasi bahwa:

“Saya menghargai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI. Mereka selalu memberikan layanan yang ramah dan membantu. Saya merasa dihargai sebagai nasabah.” (Wawancara, Juli 2024)

Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyampaikan bahwa:

“Karyawan sangat profesional dan ramah. Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII merasa bahwa:

“Sudah cukup ramah. Sudah cukup nyaman dan dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Dhifa selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Karyawan sangat profesional dan ramah, membuat saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan mereka. Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI.” (Wawancara, 2024)

Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyebutkan bahwa:

“Termasuk ramah dan baik. Iya, nyaman dan dihargai.” (Wawancara, Juli 2024)

Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyimpulkan bahwa:

“Sangat ramah dan baik dalam segi pelayanan. Iya, karena karyawan Bank BSI KCP FTS UII terutama *teller* selalu memberikan pelayanannya dengan maksimal.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, keramahan dan profesionalitas karyawan Bank BSI KCP FTS UII sangat dihargai oleh nasabah. Nasabah merasa nyaman dan dihargai dengan pelayanan yang diberikan, yang menciptakan hubungan positif antara bank dan nasabah. Meskipun ada ruang untuk perbaikan dalam beberapa aspek promosi, kualitas pelayanan dari karyawan merupakan salah satu keunggulan yang diakui dan diapresiasi oleh nasabah.

6. *Process*

Pelayanan di Bank BSI KCP FTS UII dinilai cepat dan efisien oleh para nasabah. Nasabah mengapresiasi kecepatan, efisiensi, dan kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan bank, yang membuat proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti. Berbagai pandangan nasabah terhadap layanan dan proses administrasi Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII mencerminkan kompleksitas dalam persepsi mereka. Sebagian besar, seperti Silva, Wiwid, Sigit, dan Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menghargai kecepatan, efisiensi, dan kejelasan yang diberikan, menilai proses tersebut sangat mudah diikuti bahwa:

“Proses tersebut sangat mudah dipahami dan diikuti.” (Wawancara, Juli 2024)

Namun, Afiani selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII memberi catatan dengan mengamati adanya waktu tertentu yang lambat dalam layanan, meskipun mengakui kecepatan umumnya bahwa:

“Proses layanan di Bank BSI cukup cepat, meskipun terkadang ada waktu tertentu yang lambat terutama di bagian layanan. Proses administrasi dan transaksi cukup mudah dipahami.” (Wawancara, Juli 2024)

Di sisi lain, Murni, Fina, Dhifa, dan Dina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII mengonfirmasi bahwa layanan tersebut cepat dan efisien, dengan proses administrasi yang mudah dimengerti, meskipun terkadang terdapat antrean yang mempengaruhi pengalaman nasabah bahwa:

“Layanan tersebut cepat dan efisien, dengan proses administrasi yang mudah dimengerti.” (Wawancara, Juli 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, pelayanan di Bank BSI KCP FTS UII dinilai positif dalam hal kecepatan, efisiensi, dan kemudahan proses administrasi, meskipun ada beberapa catatan terkait waktu antrean yang dapat mempengaruhi pengalaman nasabah.

7. *Physical evidence*

Nasabah-nasabah Bank BSI KCP FTS UII sepakat bahwa kondisi fisik dan fasilitas di bank ini sudah cukup memadai dan nyaman. Misalnya, beberapa nasabah menyatakan bahwa fasilitas fisik seperti ruang tunggu dan area parkir di bank sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari. Meskipun demikian, ada beberapa saran untuk perbaikan tertentu. Sebagian nasabah Bank BSI KCP FTS UII menginginkan peningkatan pada area parkir agar lebih luas dan lebih mudah diakses, terutama di sekitar area kampus, Silva selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII memadai, tetapi saya berharap ada peningkatan dalam beberapa aspek, area parkir yang lebih luas.” (Wawancara, Juli 2024)

Sigit selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Cukup memadai dan sangat nyaman, tetapi untuk area parkir ada baiknya memperbaiki penunjuk parkir agar lebih jelas dan mudah dipahami bagi pengunjung bank dapat mengurangi kebingungan dan meningkatkan keteraturan dalam parkir.” (Wawancara, Juli 2024)

Hal ini sejalan dengan pendapat Wiwid selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII yang menyoroti perlunya peningkatan pada penunjuk parkir untuk meningkatkan keteraturan parkir bagi pengunjung bank bahwa:

“Fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII memadai, tetapi saya berharap ada peningkatan dalam beberapa aspek, area parkir yang lebih luas.” (Wawancara, Juli 2024)

Di sisi lain, nasabah lainnya menganggap bahwa kondisi fisik bank sangat baik dan fasilitas yang tersedia sudah mencukupi untuk kenyamanan mereka. Nasabah menekankan kebersihan yang terjaga dengan baik serta kenyamanan ruang tunggu dan area parkir yang dinilai cukup memadai.

Murni selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Kondisi fisik dan fasilitas di bank sangat baik dan nyaman.” (Wawancara, Juli 2024)

Ahmad selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menambahkan bahwa:

“Kebersihan dan kenyamanannya selalu terjaga dengan baik.” (Wawancara, Juli 2024)

Fina selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyatakan bahwa:

“Kondisi fisik dan fasilitas di bank sangat baik dan nyaman.” (Wawancara, Juli 2024)

Namun, tidak semua nasabah merasa sepenuhnya puas. Misalnya, Heru selaku nasabah Bank BSI KCP FTS UII menyampaikan bahwa:

“Cukup baik tetapi masih banyak ATM yang suka gangguan.” (Wawancara, Juli 2024)

Meskipun kondisi fisik bank dinilai baik, sering terjadi gangguan pada beberapa ATM. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun fasilitas secara umum dianggap memadai, masih ada aspek teknis yang perlu diperhatikan lebih lanjut.

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa, persepsi nasabah terhadap kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII menunjukkan variasi, namun mayoritas nasabah merasa bahwa fasilitas yang ada sudah memenuhi standar kenyamanan mereka. Analisis ini memberikan gambaran tentang bagaimana elemen fisik dari *marketing mix* bank ini dapat mempengaruhi persepsi dan pengalaman nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang berjudul “Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII” maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi *marketing mix* dalam meningkatkan minat nasabah terhadap produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

Tabungan *Easy Wadiah* dari Bank BSI KCP FTS UII menawarkan keunggulan dalam keamanan, kepatuhan syariah, dan kemudahan akses seperti *mobile banking*. Nasabah merespons positif terhadap fitur bebas biaya administrasi bulanan, namun beberapa merasa kurang cocok untuk simpanan jangka panjang karena tidak ada bagi hasil. Biaya yang dikenakan dianggap sebanding dengan manfaat, tetapi nasabah menginginkan transparansi biaya yang lebih baik. Lokasi strategis di sekitar kampus UII menjadi nilai tambah, namun aksesibilitas fisik dan distribusi layanan perlu ditingkatkan. Nasabah memberikan masukan terkait promosi yang kurang informatif. Meningkatkan intensitas promosi melalui berbagai kanal relevan diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan popularitas Tabungan *Easy Wadiah*, menarik minat nasabah baru, dan memperkuat loyalitas. Karyawan yang ramah, informatif, dan profesional berperan penting dalam kepuasan nasabah. Pemeliharaan standar pelayanan tinggi serta pengembangan keterampilan interpersonal dan pengetahuan produk karyawan dapat memperkuat hubungan dengan nasabah. Proses pembukaan rekening dianggap mudah, meskipun ada kendala teknis yang harus segera diatasi. Nasabah menyarankan peningkatan layanan digital, pelatihan bagi staf *customer service*, dan perbaikan administrasi. Perbaikan fasilitas fisik diharapkan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan menciptakan lingkungan yang lebih menyenangkan.

Strategi *marketing mix* Tabungan *Easy Wadiah* secara umum sudah baik dalam menarik minat nasabah, terutama bagi mereka yang mengutamakan keamanan dan kepatuhan syariah. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti transparansi biaya, intensitas promosi, dan peningkatan layanan teknis serta fisik. Perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta menarik nasabah baru melalui rekomendasi positif dari pelanggan yang puas.

2. Persepsi nasabah terhadap *marketing mix* dalam penggunaan Tabungan *Easy Wadiah* di Bank Syariah Indonesia KCP FTS UII.

Sebagian besar nasabah memberikan penilaian positif terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah* dari Bank BSI KCP FTS UII. Produk ini memenuhi kebutuhan dasar seperti keamanan, kepatuhan syariah, dan akses mudah melalui internet *banking* dan *mobile banking*, dengan keunggulan tidak adanya biaya admin bulanan. Nasabah merasa biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang diperoleh, meskipun menginginkan transparansi biaya yang lebih baik. Lokasi bank yang dekat dengan kampus UII dinilai strategis dan mudah diakses oleh komunitas akademik, meskipun informasi untuk masyarakat umum perlu ditingkatkan. Keramahan dan profesionalitas karyawan sangat dihargai oleh nasabah, menciptakan hubungan positif dan meningkatkan kepuasan. Proses pembukaan rekening umumnya mudah, tetapi ada beberapa kendala teknis yang perlu diatasi. Nasabah menyarankan peningkatan layanan digital dan pelatihan staf *customer service*. Fasilitas fisik bank umumnya sudah nyaman, namun perbaikan dan peningkatan fasilitas diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan nasabah. Nasabah berpendapat dengan melakukan perbaikan ini, Bank BSI KCP FTS UII dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, serta menarik nasabah baru melalui rekomendasi positif.

5.2 Implikasi

Berdasarkan temuan dari penelitian ini, terdapat beberapa implikasi penting yang dapat diambil bagi Bank BSI KCP FTS UII dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah dan daya saing produk Tabungan *Easy Wadiah*. Implikasi ini

tidak hanya relevan untuk memperbaiki layanan saat ini tetapi juga untuk strategi pemasaran dan operasional di masa mendatang.

1. Pengembangan Strategi Pemasaran

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk strategi pemasaran yang lebih efektif sesuai dengan preferensi nasabah, sehingga meningkatkan minat dan loyalitas nasabah.

2. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan

Bank dapat meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah dengan lebih baik.

3. Optimasi Rencana Pemasaran

Implikasi penelitian ini dapat membantu bank mengoptimalkan rencana pemasaran Tabungan *Easy Wadiah*, termasuk penetapan harga kompetitif, promosi efektif, dan distribusi mudah diakses.

4. Peningkatan Kepuasan Nasabah

Dapat dilakukan dengan memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah melalui peningkatan kualitas layanan, personalisasi produk, dan komunikasi yang efektif.

Adanya memperhatikan implikasi-implikasi tersebut, bank dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja pemasaran produk Tabungan *Easy Wadiah* dan memperkuat posisinya dalam pasar perbankan syariah.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yang hanya fokus pada satu lokasi, seperti cabang atau wilayah geografis tertentu, dapat mempengaruhi generalisasi hasil penelitian. Data dan temuan yang diperoleh dari satu lokasi mungkin tidak mencerminkan variasi yang ada di lokasi lain atau secara keseluruhan. Hal ini dapat membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas.

5.4 Rekomendasi Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya guna memperdalam pemahaman dan memperluas cakupan studi mengatasi keterbatasan penelitian yang hanya fokus

pada satu lokasi yaitu melakukan penelitian lanjutan dengan sampel yang lebih luas guna untuk memperkuat validitas hasil penelitian dan meningkatkan generalisasi, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang melibatkan sampel yang lebih representatif dari berbagai lokasi atau cabang yang berbeda. Menggali variasi lokasi juga diperlukan karena hal tersebut penting untuk memperluas cakupan penelitian dengan menggali variasi lokasi yang berbeda, dengan membandingkan hasil dari berbagai lokasi, peneliti dapat mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Y., Nurbaiti, N., & Zainarti, Z. (2023). Strategi Pemasaran Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Medan. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 1176–1226.
- Ali, M. M. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1–5.
- Anggraeni, M., Ma'mun, S., & Sutira, A. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN KARYAWAN TERHADAP MINAT MENABUNG MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH DI PT. HANA MASTER JAYA. *Jurnal Pelita Nusa: Social and Humaniora*, 2(2), 101–110.
- Anggreni, M., & Hanifuddin, I. (2021). Implementasi Perbankan Syariah dalam Menghadapi Peluang dan Tantangan Melalui UU No 21 Tahun 2008 Sesuai Fatwa Agama dan Negara Menuju Syariah yang Paripurna. *MAQASHID Jurnal Hukum Islam*, 4(2), 14–26.
- AR, D. P., Fabanyo, A., Salam, K. N., Asmawiyah, A., & Toto, H. D. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Borong Raya: English. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 5(2), 119–133.
- Asmawati, A., Trimulato, T., & Ismawati, I. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 169–184.
- Aziz, N., & Hendrastyo, V. S. (2020). Pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan promosi terhadap minat nasabah menabung pada bank syariah cabang Ulak Karang kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227–234.
- Baidi, R., & Yuherawan, D. S. B. (2023). Pertanggungjawaban Tindak Pidana Perbankan Perspektif Hukum Pidana dan Undang-Undang Perbankan. *Journal Justiciabellen*, 3(1).
- Bate'e, A. T., Septian, D. L., Pradana, G., Krisanti, S. R., & Widodasih, R. W. K. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang

Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1).

Darmawan, D., & Grenier, E. (2021). Competitive advantage and service marketing mix. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 1(2), 75–80.

Farida, U., & Wijianto, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Olahraga (Studi Kasus Konsumen Tukol Sport Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 156–169.

Fitriana, E. (2021). *Akad Wadiah dan Akad Mudharabah pada Produk Tabungan Bank Syariah (Analisis Perbandingan)*.

Haykal, D. F., & Rozak, I. A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Tabungan Pendidikan pada PT. Bank BNI Syariah Tasikmalaya. *ANTARADHIN: Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer*, 1(2), 110–122.

Hidayah, I., Ariefiantoro, T., Nugroho, D. W. P. S., & Suryawardana, E. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Pudanis Di Kaliwungu). *Solusi*, 19(1).

Hotdiana, F., Nasution, A. I. L., & Nasution, M. L. I. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan dan Pembiayaan (Studi Kasus: Bank Syariah KC Padangsidempuan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 2442–2450.

Ibrahim, Y. (2022). Bank Syariah dan Bank Konvensional:(Suatu Analisis Perbedaan dan Prinsip-Prinsipnya). *Syarah: Jurnal Hukum Islam & Ekonomi*, 11(1), 1–15.

Istikharoh, M., Fitriyani, Y., & Purwanto, P. (2024). IMPLEMENTASI AKAD *WADIAH* PADA PRODUK TABUNGAN EASY *WADIAH* DI BSI KCP MAGELANG GATOT SUBROTO. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 39–47.

Kurriwati, N. (2019). Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian. *Eco-Entrepreneur*, 5(2), 67–79.

- Kusnadi, I. H., & Lisnawati, L. A. (2020). Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Pada Pt. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Btpn) Kcp Subang. *The World of Financial Administration Journal*.
- Matondang, N. R. (2021). *Pemberian Program Hadiah Dalam Tabungan Simpatik Melalui Akad Wadiah Pada BSM Padangsidempuan (Ditinjau Dari Fatwa DSN MUI NO 02/DSN-MUI/IV/2000 dan PBI NO 07/46/PBI/2005) Studi Kasus Bank Syariah Mandiri, KC. Padangsidempuan*.
- Mery, D. (2022). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (studi Pada Umkm Bubur Ayam Tasik Di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)*.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.
- Muyasaroh, N. (2022). Eksistensi Bank Syariah dalam Perspektif Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 12–31.
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., & Asir, M. (2023). Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(1), 183–188.
- Nuryana, I. A. (2022). *Prosedur Pembukaan Dan Penutupan Tabungan Juara Di Pt. Bank Tabungan Negara (persero) Tbk. Kantor Kas Padayungan Kota Tasikmalaya*.
- Pakpahan, T. N. (2021). *Penerapan akad mudharabah muthlaqah dan akad wadiah yad dhamanah dalam tabungan iB hijrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Padangsidempuan*.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424–436.
- Putri, N. S., & Aravik, H. (2021). Analisis Produk Tabungan Wadi'Ah Pada Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(1), 1–10.

- Rahayu, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(1), 109–113.
- Rahmawati, A. (2020). *Implementasi Akad Wadiah Yad Dhamanah Pada Produk Tabungan Ib Hijrah Haji Di Bank Muamalat Indonesia (bmi) Kcp Singapura*.
- Ramadan, D. R. (2021). *Analisis Keputusan Nasabah Dalam Pemilihan Produk Tabungan Bsi EasyWadiah Dan Bsi EasyMudharabah (studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Cilacap Diponegoro)*.
- Saadatirrohmi, S. A., & Riyana, B. (2022). MINAT NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN iB HASANAH (Studi Kasus di Bank BSI Ex BNI Syariah Kantor Cabang Mataram). *JPS: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1).
- Sabana, A. A. (2021). Financial Bank: Tabungan Dan Giro Mempengaruhi Laba Bersih “Studi Kasus Bca Syariah.” *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(1), 130–145.
- Sari, A. (2022). Penerapan E-Marketing Menggunakan Model Oohdm Dan Strategi Marketing 7P (Studi Kasus: Sudden Inc). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(4), 80–85.
- Sari, E. K. (2023). *Pengaruh Bauran Pemasaran 7p (product, Price, Place, Promotion, Physical evidence, People, Process) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (studi Pada Pelanggan D’shario Hotel Kepanjen)*.
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 41–50.
- Tanjung, R. S., & Hasibuan, R. R. A. (2022). Analysis of Wadiah Savings Product Marketing Strategy at Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 3(3), 943–950.
- Tonriady, D. (2022). *Pemenuhan Hak Atas Informasi Nasabah Pengguna Produk Tabungan EasyWadiah Pada Bsi Di Bengkulu*.

Widiawati, H. S. (2020). Pengaruh Brand Image Produk Syariah Dan Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Kediri. *JUPEKO Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 64–83.

INSTRUMEN PENELITIAN
PANDUAN WAWANCARA

**ANALISIS *MARKETING MIX* TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH
TABUNGAN *EASY WADIAH* PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
FTS UII**

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

- o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?
- o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?
- o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?
- o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?
- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?
- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?
- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?
- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?
- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?
- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?
- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?
- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?
- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?
- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?
- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?
- 2. *Price* (Harga):
 - o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?
 - o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?
- 3. *Place* (Tempat):
 - o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?
 - o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?
- 4. *Promotion* (Promosi):
 - o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
 - o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?
- 5. *People* (Orang):
 - o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?
 - o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?
- 6. *Process* (Proses):
 - o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?
 - o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?
- 7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):
 - o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?
 - o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 09 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Silva (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product*

- o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan Easy *Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Saya tahu bahwa Tabungan Easy Wadiah adalah produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh Bank BSI dengan prinsip wadiah.

- o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan Easy *Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Produk ini menarik karena sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan keamanan serta transparansi dalam pengelolaan dana.

- o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan Easy *Wadiah*?

Keunggulannya adalah keamanan dana dan kepatuhan syariah, selain itu free biaya administrasi tiap bulannya. Kekurangannya mungkin pada kurangnya variasi promosi dan informasi yang lebih detail.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan Easy *Wadiah*?

Biaya administrasinya cukup terjangkau, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci.

- o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Ya, biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.

- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Informasi mengenai biaya dan fee sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya cukup strategis.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Lumayan mudah.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Ya, lokasi yang mudah diakses mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Dari teman yang magang pada bank tersebut.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Promosinya belum terlalu efektif karena kurang intensif.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Menghadiri pameran atau event lokal seperti pameran pendidikan atau festival komunitas untuk memperkenalkan langsung produk kepada masyarakat dan menjawab pertanyaan mereka secara langsung.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman saya cukup baik, karyawannya ramah dan informatif.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Cukup penting, karena apabila tidak ramah itu membuat saya tidak tertarik dalam transaksi pada bank tersebut.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Ya, sangat mempengaruhi.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Sudah cukup efisien, dan memudahkan untuk nasabah yang sedang tidak ada waktu atau malas pergi ke bank tetapi ingin membuka rekening.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Sejauh ini tidak pernah.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Mengumpulkan umpan balik secara teratur dari nasabah mengenai pengalaman mereka dalam menggunakan layanan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan nasabah, pertemuan kelompok fokus, atau melalui platform digital. Feedback ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kelemahan dalam proses layanan dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Melakukan monitoring dan evaluasi rutin terhadap kinerja proses layanan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau perbaikan lanjutan. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa standar layanan terus ditingkatkan sesuai dengan harapan nasabah dan persyaratan pasar.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah cukup memadai.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Iya, sangat mempengaruhi.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir mungkin lebih di informasikan lagi mengenai parkir yang tersedia dan papan petunjuk yang digunakan dengan tepat.

B. Pertanyaan Terkait Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?
Saya menganggap produk Tabungan *Easy Wadiah* memiliki kualitas yang memadai.
Meskipun saya mengharapkan beberapa fitur tambahan.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?
Secara keseluruhan produk ini memenuhi kebutuhan dasar saya.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Biaya yang dikenakan untuk produk ini masih tergolong wajar dan tidak mahal dengan manfaat yang saya peroleh.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Ya, sudah sepadan.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasi Bank BSI KCP FTS UII cukup nyaman.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?
Termasuk mudah.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Promosi yang dilakukan oleh Bank BSI terkadang kurang menarik bagi saya.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Informasi yang disampaikan terkadang kurang lengkap atau tidak cukup meyakinkan untuk membuat saya tertarik sepenuhnya, tetapi karena free biaya admin jadi saya tertarik.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Saya merasa pelayanan dari karyawan Bank BSI konsisten, karyawan ramah.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Ya, merasa dihargai.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Proses layanan di Bank BSI cukup baik dan tidak membingungkan.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Proses administrasi mudah dipahami.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah baik.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Fasilitas fisik di Bank BSI KCP FTS UII memadai, tetapi saya berharap ada peningkatan dalam beberapa aspek, area parkir yang lebih luas.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 09 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Wiwid (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah

1. *Product* (Produk):

- o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan Easy *Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Tabungan dengan akad wadiah yang tidak mempunyai biaya admin setiap bulanya.

- o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan Easy *Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Menurut saya tabungan Easy Wadiah lebih sering di gunakan dan di rekomendasikan pihak bank. Selain karena bebas admin, produk ini dilengkapi dengan berbagai layanan tambahan seperti internet banking dan mobile banking untuk kemudahan akses dan pengelolaan rekening.

- o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan Easy *Wadiah*?

Keunggulan dari tabungan Easy Wadiah adalah bebas biaya admin perbulan sedangkan kekurangannya kemungkinan ada syarat saldo minimum yang harus dipertahankan dalam rekening untuk menghindari biaya tambahan. Keterbatasan promosi merupakan salah satu kekurangannya, beberapa nasabah mungkin merasa bahwa promosi atau pemasaran produk ini kurang gencar dibandingkan dengan produk bank konvensional lainnya.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan Easy *Wadiah*?

Menurut saya masih dalam batas wajar, mungkin akan dikenakan biaya untuk penerbitan dan penggantian kartu ATM. Biaya ini bisa berbeda tergantung dari

kebijakan bank. Beberapa biaya lain yang mungkin dikenakan termasuk biaya cetak rekening koran, atau biaya penutupan rekening.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Iyaa saya merasa sudah sesuai manfaat.

o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan Easy Wadiah sudah jelas dan mudah dipahami?

Saya merasa paham dikarenakan adanya interaksi langsung dengan petugas bank bisa menjadi cara yang efektif untuk mendapatkan informasi yang diperlukan.

3. *Place* (Tempat):

o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya akses BSI KCP FTS UII sudah sangat strategis karena berada di kampus.

o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan mereka?

Menurut saya sangat mudah karena berada di lingkungan kampus dan ada di google maps.

o Apakah lokasi cabang Bank BSI mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan Easy Wadiah?

Menurut saya tidak mempengaruhi karena fungsi sama hanya saja lokasi tempat saya tinggal dekat dengan kantor Bank BSI KCP FTS UII.

4. *Promotion* (Promosi):

o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan Easy Wadiah?

Saya mengetahui produk tabungan Easy Wadiah dari teman dan sosial media.

o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Promosi yang di lakukan menurut saya sudah cukup bagus tetapi kurang efektif, bagusnya karena karyawan menguasai marketing akan tetapi kurang mengenalkan lebih gencar melalui social media atau yang lainnya.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Menurut saya promosi yang paling efektif adalah membuat promosi melalui digital dan bisa dilakukan dengan berbagai macam kegiatan, misalnya yaitu edukasi mendalam karena penting untuk memberikan informasi yang komprehensif tentang prinsip syariah yang mendasari Tabungan Easy Wadiah dan manfaat yang ditawarkan melalui edukasi yang sistematis. Media sosial yang aktif dengan memanfaatkan platform media sosial untuk memperkuat brand awareness dengan konten visual menarik, testimoni nasabah, dan penawaran khusus untuk menarik perhatian lebih banyak calon nasabah. Kerjasama komunitas berkolaborasi dengan komunitas lokal yang memiliki nilai-nilai sejalan dengan prinsip syariah untuk membangun kepercayaan dan koneksi yang lebih dalam dengan calon nasabah. Bisa juga melakukan kampanye Word-of-Mouth maksudnya yaitu mendorong nasabah yang puas untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan teman dan keluarga, karena rekomendasi pribadi sering kali sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

5. *People (Orang):*

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya pelayanan BSI sudah sangat baik dan ramah karyawan nya ramah-ramah.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Menurut saya sangat penting karna kalau tidak ada karyawan tidak akan ada yang menawarkan produknya.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Menurut saya sikap dan tampilan karyawan berpengaruh karena karyawan yang ramah dan bersih enak di lihat akan semakin menarik minat nasabah.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan Easy Wadiah?

Menurut saya kemudahan dan kecepatan sudah sangat bagus karena pembukaan rekening sangat fleksibel dan bisa di lakukan melalui online.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Sejauh ini saya tidak pernah mengalami kesulitan, hanya saja terdapat kendala teknis.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Menurut saya untuk memperbaiki layanan mereka dengan adanya transparansi informasi, penting untuk memastikan informasi produk, termasuk biaya, syarat, dan manfaat, tersedia dengan jelas dan mudah diakses oleh nasabah potensial. Melakukan promosi yang lebih intensif dan terarah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang produk Tabungan Easy Wadiah, menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti digital dan media sosial. Mengembangkan dan memperbarui sistem teknologi serta infrastruktur pendukung agar lebih efisien dan mudah diakses oleh nasabah. Mengambil umpan balik secara teratur dari nasabah untuk mengevaluasi dan terus meningkatkan layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya fasilitas fisik BSI UII sudah sangat lengkap, dan bagus.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Tentu saja mempengaruhi.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir umum yang harus di perjelas lagi papan petunjuknya agar tidak membingungkan nasabah atau calon nasabah.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?
Sudah bagus, Bagus, karena tanpa melibatkan bunga yang diharamkan dalam Islam. Biasanya, produk ini memberikan fleksibilitas dalam penarikan dana tanpa biaya tambahan, serta akses yang mudah melalui berbagai kanal seperti internet banking dan mobile banking. Tabungan Easy Wadiah memiliki kualitas yang tergantung pada sejauh mana produk ini memenuhi ekspektasi dan kebutuhan nasabah dalam hal keamanan, kepatuhan syariah, fleksibilitas, aksesibilitas, dan kualitas layanan yang disediakan oleh bank.

o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Menurut saya produk ini sudah memenuhi kebutuhan saya.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Biaya yang dikenakan sudah cukup murah di bandingkan dengan bank lain.

o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Menurut saya sudah sangat sepadan.

3. *Place* (Tempat):

o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Kenyamanan akses sudah sangat nyaman.

o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Lokasi bank sudah sangat memudahkan dalam saya melakukan transaksi.

4. *Promotion* (Promosi):

o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?

Menurut saya promosi yang dilakukan sudah lumayan efektif, tetapi mungkin kurang menarik perhatian orang.

o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Menurut saya kurang jelas, Perbarui dan perbaiki materi promosi agar lebih komprehensif dan informatif. Pastikan semua aspek produk yang relevan ditampilkan dengan jelas dan menarik, baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video. Selain promosi produk, adakan juga kampanye edukasi secara berkala tentang produk syariah dan manfaatnya. Ini tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat, tetapi juga membangun kepercayaan terhadap bank sebagai penyedia produk syariah yang kompeten.

5. *People (Orang):*

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI?

Menurut saya keramahan karyawan dalam melayani nasabah sudah sangat profesional.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Iyaa saya sangat merasa di hargai.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Dalam melayani bank BSI KCP FTS UII tercatat cukup cepat dan efisien, apabila tidak terjadi kendala teknis atau problem tertentu.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Sudah sangat mudah di pahami dan diikuti.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya kondisi fisik sudah sangat bagus tetapi fasilitas fisik seperti parkir masih harus lebih diarahkan apabila harus parkir di masing-masing fakultas terdekat.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Sudah cukup nyaman.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 09 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Sigit (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

- o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan Easy *Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya tabungan easy wadiah itu salah satu produk yang tidak menerapkan potongan administrasi setiap bulan, jadinya cocok buat yang gamau rugi sepersenpun.

- o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan Easy *Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Kaya yang saya bilang tadi, karena gada potongan bulanan. jadi, misalnya jadi pengurus keuangan atau bendahara di organisasi enak nyimpennya gaperlu dana talangan dari kita buat nuker uang bulanan yang kepotong.

- o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan Easy *Wadiah*?

Kelebihannya, nasabahnya tidak bakalan dikenakan beban biaya admin setiap bulan, jadi buat simpanan jangka pendeknya menurut saya menguntungkan, karena tabungan kita tidak akan kena potongan sama sekali. Kekurangannya sendiri kurang cocok buat simpanan jangka panjang, karena prinsipnya kita tidak akan dapet bagi hasil dari tabungan yang kita simpan.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan Easy *Wadiah*?

Tabungan Easy Wadiah biasanya tidak dikenakan biaya administrasi bulanan, karena berdasarkan prinsip wadiah. Nasabah mungkin akan dikenakan biaya untuk penerbitan dan penggantian kartu ATM. Biaya ini bisa berbeda tergantung dari

kebijakan bank. Ada potongan biaya yang mungkin dikenakan untuk beberapa jenis transaksi, seperti penarikan di ATM bank lain, transfer antar bank, atau transaksi di luar negeri.

- o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Ya sesuai dengan manfaat yang saya peroleh.

- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Masih kurang informatif dari awal, sesungguhnya transparansi biaya pada tabungan Easy Wadiah akan dinilai baik jika semua informasi terkait biaya dan potongan dapat diakses dengan mudah, disajikan dengan jelas, dan nasabah merasa bahwa mereka dapat memahami semua ketentuan dengan baik tanpa ada yang tersembunyi.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasi Bank BSI KCP FTS UII di sekitar kampus UII merupakan keunggulan besar untuk menarik nasabah dari kalangan mahasiswa, staf, dan dosen. Namun, untuk meningkatkan aksesibilitas, perlu perhatian khusus terhadap peningkatan fasilitas parkir dan penunjuk parkir yang lebih baik. Dengan melakukan perbaikan ini, bank dapat lebih memaksimalkan pengalaman nasabah dan memperluas basis pelanggannya.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Cukup mudah bagi mahasiswa dan staf kampus, dosen. Namun, untuk orang lain, kemudahan dalam mengunjungi dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII akan tergantung pada faktor-faktor seperti lokasi geografis, transportasi yang tersedia, serta kemudahan parkir atau aksesibilitas lainnya di sekitar area bank tersebut.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

*Iya, mempengaruhi karena jika lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII tidak terlalu dekat, saya mungkin akan mempertimbangkan pilihan lain yang lebih mudah dijangkau untuk membuka rekening atau menggunakan produk Tabungan *Easy Wadiah*.*

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

*Saya tau dari mahasiswa magang, diminta bantuan buat buka rekening *Easy Wadiah*.*

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

*Menurut saya kurang, karena jarang saya temui mengenai tabungan *easy wadiah* ini dari promosi dari Bank BSI KCP FTS UII. Padahal tabungan tersebut sangat menguntungkan.*

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

*Mungkin bisa melalui penyuluhan atau menggandeng acara-acara tertentu agar menarik perhatian target pasarnya. Mengadakan seminar atau webinar tentang manfaat dan fitur Tabungan *Easy Wadiah*, serta perbedaan antara tabungan syariah dan konvensional. Menggunakan media sosial untuk berbagi konten edukatif tentang keunggulan dan cara kerja Tabungan *Easy Wadiah*. Video, infografis, dan artikel blog bisa sangat efektif.*

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pelayanannya cukup memuaskan, karyawan yang bertugas di sana ramah, rapi, sopan, serta jelas dalam membantu dan melayani.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Menurut saya sangat penting buat karyawan memahami produk dari BSI biar bisa ngeyakinin calon nasabahnya buat buka rekening.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Penampilan karyawan juga salah satu faktor kepuasan nasabah, karena jika karyawan enak dipandang, maka nasabahnya juga tidak terbesit pikiran untuk tidak mau berkunjung lagi.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan Easy Wadiah?

Proses pembukaan rekening secara online yang sederhana dan user-friendly, terutama bagi mereka yang menginginkan kemudahan tanpa harus datang ke kantor cabang.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Tidak selalu namun proses verifikasi dokumen atau pembukaan rekening yang memakan waktu lama dapat membuat nasabah merasa frustrasi. Hal ini bisa disebabkan oleh kendala teknis. Gangguan atau masalah teknis pada aplikasi mobile banking atau internet banking bisa menghambat transaksi nasabah. Antrian panjang atau keterbatasan layanan di kantor cabang bisa menghambat nasabah yang ingin melakukan transaksi atau mendapatkan informasi langsung.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Untuk mengatasi kesulitan-kesulitan ini, BSI perlu meningkatkan transparansi, memperbaiki layanan digital, memberikan pelatihan yang memadai bagi staf customer service, serta menyediakan edukasi yang lebih baik bagi nasabah mengenai produk dan layanan yang mereka tawarkan.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Cukup baik dan nasabah dapat menikmati waktu tunggu antrean tanpa mengeluh karena AC kurang dingin ataupun ruangan yang kurang bersih.

o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Ya, mempengaruhi.

o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Yang perlu menjadi evaluasi yaitu area parkir, karena masih kurang informatif jadi bagi nasabah yang mungkin baru pertama kali akan kebingungan.

B. Persepsi Nasabah Terhadap Marketing Mix.

1. Product (Produk):

o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan Easy Wadiah? *Tabungan Easy Wadiah menawarkan banyak keuntungan yang menarik bagi nasabah, terutama bagi mereka yang mencari produk perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, peningkatan dalam transparansi biaya, edukasi nasabah, dan kualitas layanan customer service akan semakin memperkuat kualitas produk ini.*

o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Cukup memenuhi.

2. Price (Harga):

o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Biaya yang dikenakan untuk produk Tabungan Easy Wadiah dapat dianggap kompetitif dan wajar, terutama dengan tidak adanya biaya administrasi bulanan. Ini memberikan nilai tambah yang signifikan bagi nasabah. Namun, penting bagi BSI untuk terus meningkatkan transparansi dan komunikasi mengenai semua biaya yang mungkin dikenakan, sehingga nasabah dapat membuat keputusan yang terinformasi. Biaya tambahan seperti biaya kartu ATM, biaya transaksi antar bank, dan biaya layanan tambahan lainnya perlu disampaikan dengan jelas untuk menghindari kebingungan dan memastikan kepuasan nasabah.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Sepadannya dengan manfaat yang diperoleh, terutama karena tidak adanya biaya administrasi bulanan, kepatuhan syariah, dan kemudahan akses digital. Namun, penting bagi BSI untuk terus meningkatkan transparansi dan komunikasi mengenai biaya yang dikenakan agar nasabah dapat membuat keputusan yang terinformasi dan merasa puas dengan layanan yang mereka terima. Jika nasabah merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik dari produk ini, persepsi positif mereka akan meningkat, dan loyalitas terhadap bank juga akan bertambah.

3. *Place (Tempat):*

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Untuk kenyamanan sudah cukup baik, lokasi yang dekat dengan kampus UII memberikan keuntungan besar bagi komunitas akademik.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Iya, memudahkan.

4. *Promotion (Promosi):*

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI? *Strategi promosi untuk Tabungan Easy Wadiah di Bank BSI KCP FTS UII masih terbilang minim dan kurang efektif. Promosi untuk produk Tabungan Easy Wadiah dilakukan dengan cara yang kurang agresif atau intensif. Hanya sebar brosur di sekitar kampus merupakan metode yang terbilang sederhana dan tidak terlalu mencolok. Bank BSI KCP FTS UII seharusnya mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan promosi mereka ke masyarakat sekitar UII secara lebih aktif. Dengan strategi promosi yang lebih efektif dan terarah, Bank BSI KCP FTS UII memiliki potensi untuk menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat sekitar UII yang mencari layanan perbankan syariah yang berkualitas.*

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Cukup jelas tetapi terkadang juga masih belum jelas, Tabungan Easy Wadiah masih memiliki ruang untuk meningkatkan kejelasan dan meyakinkan dalam

penyampaian informasi kepada masyarakat sekitar UII dan audiens potensial lainnya. Dengan memperbaiki strategi promosi untuk lebih jelas, informatif, dan meyakinkan, Bank BSI KCP FTS UII dapat meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap Tabungan Easy Wadiah secara signifikan.

5. *People (Orang):*

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Mereka mampu memberikan penjelasan yang jelas dan akurat kepada nasabah. Sikap ramah dan melayani membantu menciptakan hubungan yang baik antara bank dan nasabah.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Iya, nyaman dan selalu disambut dengan baik.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Cukup, karyawan menyelesaikan masalah dengan baik dan efisien.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Ya, kejelasan informasi mengenai syarat-syarat pembukaan rekening, Proses administrasi dan transaksi yang lumayan sederhana dan mudah dimengerti dapat mengurangi kebingungan dan meningkatkan kepuasan nasabah.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasi yang strategis dekat dengan kampus UII memudahkan akses bagi mahasiswa, staf, dan dosen. Desain interior yang nyaman dan bersih dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi nasabah yang datang untuk melakukan transaksi atau konsultasi. Ketersediaan ruang tunggu yang cukup, dilengkapi dengan kursi yang nyaman, merupakan pertimbangan penting untuk kenyamanan nasabah saat menunggu giliran. Tetapi masih minus untuk area parkir.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Cukup memadai dan sangat nyaman, tetapi untuk area parkir ada baiknya memperbaiki penunjuk parkir agar lebih jelas dan mudah dipahami bagi pengunjung bank dapat mengurangi kebingungan dan meningkatkan keteraturan dalam parkir.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 09 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Murni (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Saya tahu bahwa Tabungan Easy Wadiah adalah produk tabungan syariah yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin menabung dengan prinsip-prinsip syariah.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Saya tertarik karena produk ini menawarkan keamanan, transparansi, dan sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulannya adalah tidak ada unsur riba dan keamanan dana. Kekurangannya mungkin pada kurangnya variasi promosi yang dilakukan oleh bank.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Biaya administrasi dan potongan yang berlaku cukup terjangkau dan wajar.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Ya, saya merasa biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.

o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Informasi mengenai biaya dan fee sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya strategis dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf kampus UII.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Sangat mudah, karena dekat dengan kampus dan tempat tinggal saya.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Ya, lokasi yang strategis mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya mengetahui produk ini dari brosur yang dibagikan di kampus dan informasi dari internet.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Promosinya belum terlalu efektif karena kurang intensif dan kurang menyentuh target pasar yang tepat.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Promosi melalui media sosial dan kampanye edukatif tentang produk syariah bisa sangat efektif.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman saya sangat positif. Karyawan sangat ramah dan membantu.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Peran karyawan sangat penting karena mereka memberikan informasi yang jelas dan mendukung proses administrasi.

o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Ya, sikap dan penampilan karyawan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya.

6. *Process (Proses):*

o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Prosesnya cukup mudah dan cepat, tidak memakan waktu lama.

o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Saya pernah mengalami sedikit kesulitan dalam proses verifikasi, namun dapat diselesaikan dengan cepat.

o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Meningkatkan sistem online dan mempercepat proses verifikasi bisa sangat membantu.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Fasilitas fisiknya cukup baik, nyaman, dan bersih.

o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Ya, fasilitas yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya saat berkunjung ke bank.

o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir yang lebih luas dan ruang tunggu yang lebih nyaman bisa sangat membantu meningkatkan kenyamanan nasabah.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?
Kualitas produk Tabungan Easy Wadiah cukup memuaskan dan sesuai dengan harapan saya.

o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?
Ya, produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya dengan baik.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?
Biaya yang dikenakan cukup wajar dan tidak memberatkan.

o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?
Ya, produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya dengan baik.

3. *Place* (Tempat):

o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?
Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses.

o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?
Ya, lokasi bank memudahkan saya dalam melakukan transaksi.

4. *Promotion* (Promosi):

o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Promosinya cukup efektif meskipun masih bisa ditingkatkan.

o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?
Informasinya cukup jelas dan meyakinkan.

5. *People* (Orang):

o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?
Karyawan sangat profesional dan ramah.

o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Layanan di Bank BSI cukup cepat dan efisien.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Ya, proses administrasi dan transaksi sangat mudah dipahami dan diikuti.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Kondisi fisik dan fasilitas di bank sangat baik dan nyaman.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Ya, fasilitas yang tersedia sudah cukup memadai dan nyaman.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 09 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Nacil (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Tabungan Easy Wadiah adalah produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh Bank BSI, mengikuti prinsip wadiah atau titipan.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Produk ini menarik karena sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut, serta keamanan dan transparansi yang ditawarkan oleh Bank BSI.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulannya adalah keamanan dana dan kepatuhan syariah. Kekurangannya mungkin pada kurangnya promosi dan informasi yang detail.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Biaya administrasinya cukup terjangkau, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Ya, biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan.

o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan fee pada tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Informasi mengenai biaya dan fee sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf kampus UII.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Sangat mudah, karena dekat dengan tempat tinggal saya.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan Easy Wadiah?

Ya, lokasi yang mudah diakses mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan Easy Wadiah?

Saya mengetahui produk ini dari teman.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Sudah bagus tetapi promosinya belum terlalu efektif karena kurang intensif dan kurang menyentuh target pasar yang tepat.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan Easy Wadiah?

Promosi melalui media sosial, lebih banyak menyebarkan brosur tidak hanya di area kampus UII.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman saya sangat positif. Karyawan sangat ramah dan membantu.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan Easy Wadiah?

Peran karyawan sangat penting karena mereka memberikan informasi yang jelas dan mendukung proses administrasi.

o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Ya, sikap dan penampilan karyawan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya.

6. *Process (Proses):*

o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Prosesnya cukup mudah dan cepat, tidak memakan waktu lama.

o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Saya pernah mengalami sedikit kesulitan dalam proses verifikasi, namun dapat diselesaikan dengan cepat.

o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Meningkatkan sistem online dan mempercepat proses verifikasi bisa sangat membantu.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Fasilitas fisiknya cukup baik.

o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Ya, sangat mempengaruhi.

o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir yang lebih luas dan ruang tunggu yang lebih nyaman bisa sangat membantu meningkatkan kenyamanan nasabah.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan Easy Wadiah?
Saya menilai kualitas produk Tabungan Easy Wadiah di Bank BSI KCP FTS UII sangat baik. Produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya karena fitur-fiturnya yang memberikan keamanan dan tingkat pengembalian yang kompetitif.

o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?
Ya, produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya karena fitur-fiturnya yang memberikan keamanan dan tingkat pengembalian yang kompetitif.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?
Ada biaya administrasi, tetapi fitur dan kemudahan yang didapat membuatnya layak.

o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?
Biaya yang dikenakan cukup sepadan dengan manfaat yang saya peroleh.

3. *Place* (Tempat):

o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?
Lokasi Bank BSI KCP FTS UII cukup nyaman dan mudah diakses, terutama karena dekat dengan kampus.

o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?
Memudahkan saya dalam transaksi sehari-hari.

4. *Promotion* (Promosi):

o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Promosi yang dilakukan oleh Bank BSI terbilang efektif dalam menarik perhatian saya.

o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?
Informasi yang disampaikan cukup jelas dan meyakinkan, membuat saya tertarik untuk lebih mengenal produk ini.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Saya menghargai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI. Mereka selalu memberikan layanan yang ramah dan membantu.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Saya merasa dihargai sebagai nasabah.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Layanan di Bank BSI terbilang efisien.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Proses administrasi dan transaksi mudah dipahami, dan saya jarang mengalami kendala dalam hal ini.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Kebersihan dan kenyamanannya selalu terjaga dengan baik.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Fasilitas di Bank BSI, seperti ruang tunggu dan area parkir, cukup memadai dan nyaman bagi saya.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 10 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Fina (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Tabungan Easy Wadiah adalah produk tabungan syariah yang mengikuti prinsip-prinsip wadiah dengan fasilitas yang memudahkan nasabah untuk menyimpan dana tanpa riba.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Saya tertarik karena produk ini menawarkan keamanan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah yang sesuai dengan keyakinan saya.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulannya adalah transparansi dan keamanannya, namun kekurangannya mungkin pada layanan online yang perlu ditingkatkan.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Biaya administrasinya cukup wajar, namun potongan yang dikenakan perlu dijelaskan lebih rinci kepada nasabah.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Ya, biaya yang dikenakan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan dari produk ini.

- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan fee pada tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Informasi biaya sudah cukup jelas, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih mudah dipahami oleh semua kalangan.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya sangat strategis dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf kampus UII.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Sangat mudah, karena dekat dengan tempat saya bekerja dan tinggal.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Ya, lokasi yang mudah diakses mempengaruhi keputusan saya dalam memilih produk ini.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya mengetahui produk ini dari teman yang merekomendasikan serta informasi dari internet.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Promosinya belum terlalu efektif karena kurang intensif dan kurang menyentuh target pasar yang tepat.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Promosi melalui media sosial dan kampanye edukatif tentang produk syariah bisa sangat efektif.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman saya sangat positif. Karyawan sangat ramah dan membantu.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Peran karyawan sangat penting karena mereka memberikan informasi yang jelas dan mendukung proses administrasi.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Ya, sikap dan penampilan karyawan yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Prosesnya cukup mudah dan cepat, tidak memakan waktu lama.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Saya pernah mengalami sedikit kesulitan dalam proses verifikasi, namun dapat diselesaikan dengan cepat.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Meningkatkan sistem online dan mempercepat proses verifikasi bisa sangat membantu.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Fasilitas fisiknya cukup baik, nyaman, dan bersih.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Ya, fasilitas yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya saat berkunjung ke bank.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir yang lebih luas dan ruang tunggu yang lebih nyaman bisa sangat membantu meningkatkan kenyamanan nasabah.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan Easy Wadiah?
Kualitas produk Tabungan Easy Wadiah sangat baik, memberikan banyak manfaat dan fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Ya, produk ini sangat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Biayanya cukup terjangkau dan sesuai dengan layanan yang diberikan.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Ya, saya merasa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang saya peroleh.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya sangat nyaman dan mudah dijangkau dari kampus.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Ya, lokasi bank sangat memudahkan saya dalam melakukan transaksi.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Promosinya belum terlalu efektif karena tidak menysasar target pasar dengan baik.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Informasinya kadang kurang jelas dan tidak selalu meyakinkan.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Karyawan sangat profesional dan ramah.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Layanan di Bank BSI sangat cepat dan efisien.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Ya, proses administrasi dan transaksi sangat mudah dipahami dan diikuti.

7. *Physical Evidence (Bukti Fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Kondisi fisik dan fasilitas di bank sangat baik dan nyaman.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Ya, fasilitas yang tersedia sudah cukup memadai dan nyaman.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 10 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Heru (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Tabungan Easy Wadiah yang berbasis wadiah, yang nasabah dijamin keamanannya dan dikelola sesuai dengan prinsip wadiah.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Karna bank BSI menawarkan jaminan keamanan sesuai prinsip syariah.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulan sesuai prinsip syariah dan kemudahan transaksi, kekurangannya menurut saya tidak ada.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Seharusnya transparan sesuai dengan manfaatnya.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Sesuai dengan manfaat yang saya peroleh selama ini.

o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Lumayan kurang jelas, untuk biaya admin harus terpampang di mobile banking.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya kurang strategis, karena banyak pesaing yang lebih terkenal di satu tempat tersebut.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Untuk mengunjungi atau mengakses melalui aplikasi ojol masih kurang mudah.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Iya mempengaruhi, karena lokasi tersebut dekat dengan tempat saya tinggal.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya tahunya dari rekomendasi orang dan internet.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

*Belum, masih banyak yang belum tahu juga tentang Tabungan *Easy Wadiah*.*

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saran saya penekanan dalam keamanan dana, kemudahan dalam transaksi akses layanan mobile banking dan kepatuhan syariah.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman menurut saya cukup mengesankan, baik dan ramah.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Sangat penting.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Iya sangat berpengaruh.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Kurang cepat, karena terkadang ada kendala ketika pembukaan rekening online.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Tidak pernah.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses bagi nasabah.

7. *Physical evidence* (Bukti fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah cukup bagus, kecuali area parkir.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Iya sangat berpengaruh.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir untuk lebih mudah dijangkau.

B. Terkait Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Menurut saya kualitas produknya masih kurang menarik dibandingkan produk tabungan bank lain yang mudah di akses.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Cukup sesuai ekspektasi saya.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Menurut saya aman.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Sudah cukup sepadan.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Menurut saya cukup nyaman dan mudah di akses.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Iya memudahkan saya.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Masih kurang, karena promosinya hanya didaerah UII.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Belum, karena penyampainnya masih belum mudah untuk dipahami untuk nasabah atau calon nasabah.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah cukup ramah.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Sudah cukup nyaman dan dihargai.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Cepat, karena layanan BSI mengutamakan nasabah dengan baik.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Iya cukup mudah dan dipahami.

7. *Physical evidence* (Bukti fisik):

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Cukup baik tetapi masih banyak ATM yang suka gangguan.

o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Sudah cukup nyaman.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 10 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Dhifa (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Saya tahu bahwa Tabungan EasyWadiah adalah produk tabungan syariah yang ditawarkan oleh Bank BSI. Produk ini dirancang untuk mematuhi prinsip-prinsip syariah tanpa adanya unsur riba.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Saya tertarik karena produk ini sesuai dengan prinsip syariah yang saya anut. Selain itu, Bank BSI memiliki reputasi yang baik dan terpercaya.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulannya adalah keamanan dan kepatuhan terhadap syariah. Namun, kekurangannya mungkin pada kurangnya promosi sehingga tidak banyak orang yang tahu tentang produk ini.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Biaya administrasinya cukup terjangkau, tetapi saya merasa ada beberapa potongan yang perlu dijelaskan lebih rinci.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Secara umum, ya. Manfaat yang saya dapatkan sebanding dengan biaya yang dikenakan.

- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *EasyWadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Saya merasa informasi mengenai biaya dan fee perlu lebih jelas dan transparan, agar nasabah tidak merasa bingung atau tertipu.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya cukup strategis, dekat dengan kampus UII, sehingga mudah dijangkau oleh mahasiswa dan staf kampus.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Cukup mudah, apalagi dengan adanya berbagai layanan online yang memudahkan nasabah.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Ya, lokasi yang dekat dan mudah diakses menjadi salah satu pertimbangan saya dalam memilih produk ini.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya mengetahui dari brosur yang dibagikan di sekitar kampus serta informasi dari teman-teman.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Menurut saya, promosi yang dilakukan belum terlalu efektif karena kurang intensif dan kurang menyasar target pasar dengan tepat.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Promosi melalui media sosial dan webinar edukatif mengenai produk syariah bisa sangat efektif untuk menarik perhatian nasabah potensial.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Pengalaman saya cukup positif. Karyawan sangat ramah dan profesional dalam melayani nasabah.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan Easy Wadiah?

Peran karyawan sangat penting karena mereka memberikan informasi yang jelas dan membantu proses administrasi.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Ya, sikap dan penampilan karyawan yang profesional dan ramah sangat mempengaruhi kepuasan saya sebagai nasabah.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan Easy Wadiah?

Proses pembukaan rekening cukup mudah dan cepat, tidak memakan waktu lama.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Tidak ada kesulitan berarti, semuanya berjalan lancar.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Mungkin dengan memperbaiki sistem antrian dan menambah jumlah karyawan di jam sibuk bisa membantu meningkatkan layanan.

7. *Physical evidence (Bukti fisik):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Fasilitas fisiknya cukup baik, nyaman dan bersih.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Ya, fasilitas yang baik sangat mempengaruhi kepuasan saya saat berkunjung ke bank.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Area parkir yang lebih luas dan ruang tunggu yang lebih nyaman bisa sangat membantu meningkatkan kenyamanan nasabah.

B. Terkait Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan Easy Wadiah?
Kualitas produk Tabungan Easy Wadiah cukup baik, menawarkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya sebagai nasabah.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?
Ya, produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya, terutama dalam hal kemudahan transaksi dan keamanan dana.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?
Biaya yang dikenakan cukup wajar dan kompetitif dibandingkan dengan produk tabungan lainnya.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?
Ya, saya merasa biaya yang dikenakan sepadan dengan manfaat yang saya peroleh.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Lokasinya sangat nyaman dan mudah diakses, terutama bagi mahasiswa dan staf di sekitar kampus UII.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?
Ya, lokasi bank yang strategis memudahkan saya dalam melakukan transaksi.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?
Promosinya masih kurang efektif karena tidak terlalu gencar dan kurang menjangkau target pasar yang tepat.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Informasinya masih kurang jelas dan tidak selalu meyakinkan, perlu adanya penjelasan yang lebih rinci.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Karyawan sangat profesional dan ramah, membuat saya merasa nyaman saat berinteraksi dengan mereka.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Ya, saya merasa sangat nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Layanan di Bank BSI cukup cepat dan efisien, tidak membuat saya menunggu terlalu lama.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Ya, proses administrasi dan transaksi sangat mudah dipahami dan diikuti.

7. *Physical evidence* (Bukti fisik):

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Kondisi fisik dan fasilitas di bank sangat baik, bersih, dan nyaman.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Ya, fasilitas yang tersedia sudah cukup memadai dan nyaman bagi saya.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 10 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Dina (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Produk):

- o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan Easy *Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Easywadiah itu tabungan yang tidak ada biaya admin, jadi tidak ada potongan. Jadi bagi mahasiswa seperti saya termasuk tabungan yang terjangkau.

- o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan Easy *Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Salah satunya tanpa biaya admin, bikin rekeningnya mudah, proses dan syarat yang mudah.

- o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan Easy *Wadiah*?

Keunggulan free biaya admin, dapat kartu ATM. Kekurangannya, sering terjadi gangguan ketika mau ambil uang, saya pernah dalam waktu satu minggu tidak bisa ambil uang dikarenakan adanya gangguan.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan Easy *Wadiah*?

Kalau spesifik easywadiah saya belum pernah mengalami potongan, jadi selama ini nyaman. Pake easywadiah soalnya tidak semahal yang lain.

- o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Iya yang diperoleh itu sesuai. Untuk biaya pembukaan rekening sebesar 100.000 saya tidak merasa keberatan.

- o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Mudah dipahami, tapi kurang informatif mengenai penjelasan tentang pembukaan rekening di awal 100.000 tetapi yang 50.000 diendapkan dengan tujuan untuk apa tidak semuanya orang pada tau.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Kalau lokasi menurut saya strategi karena ada dikampus, jadi mahasiswa yang pengen bikin rekening mudah dan untuk tempat walaupun kecil tapi nyaman. Untuk selain mahasiswa mungkin kurang strategis.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Karena saya tinggal disekitar kampus jadi menurut saya sangat mudah.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI KCP FTS UII mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Iya, sangat berpengaruh karena dekat.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya tadinya kurang tahu, karena orang tua daftar haji dan harus di BSI jadi saya baru tau bahwa Bank BSI berpedoman syariah, jadi saya taunya dari mulut ke mulut. Untuk iklan dari social media terutama instagram saya kurang ngerti, kurang gencar iklannya.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Kurang efektif.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Balik lagi iklan di social media dibanyakin, harus lebih bervariasi, banyakin iklan di TikTok juga bisa dan itu membuat masyarakat atau orang lain lebih aware.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Ramah, satpam nyambut dengan enak dan pakaiannya rapi-rapi.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Lumayan berpengaruh dan penting bagi saya, karena apabila teller kurang ramah saya tidak mau untuk membuka rekening di tempat tersebut.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Tentu sangat mempengaruhi.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Sangat mudah dan cepat.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Sejauh ini belum, karena kalau pembukaan rekening sudah terarah dan mudah dipahami untuk fitur-fiturnya.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Karna antreannya lumayan, sebaiknya untuk pembuatan PIN ATM bisa dilakukan di customer service saja tidak perlu ke teller.

7. *Physical evidence* (Bukti fisik):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Area parkir yang kurang jelas, orang-orang selain UII mungkin bingung harus dimana. Untuk AC, tempat duduk sudah cukup dan penerangan juga cukup.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Iya tentu.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Pertama area parkir, sebaiknya lebih diperjelas dimana tempat parkirnya.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan Easy *Wadiah*?
Kualitasnya bagus, karna ya free admin, buka rekening dengan syarat yang mudah hanya KTP.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Iya, salah satunya apabila mau membayar debit mudah pakai wadiah.

2. *Price* (Harga):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Kalau produk easy wadiah tu sebelumnya saya kurang tahu apabila top up shopee pay kepotong 1000, nah itu menurut saya kurang transparan. Harusnya diawal dijelaskan.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Ya dengan biaya segitu menurut saya sepadan.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Nyaman. Untuk orang lain selain warga UII menurut saya agak bingung, karena kurangnya informasi atau papan petunjuk adanya Bank BSI KCP FTS UII.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Iya, memudahkan.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?

Kurang gencar di social media, karena sekarang apa-apa serba internet jadi lebih masif dalam beriklan di social media.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Jelas, kurang meyakinkan dalam iklannya apakah sesuai ekspektasi atau hanya sebatas iklan.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Termasuk ramah dan baik.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Iya, nyaman dan dihargai.

6. *Process* (Proses):

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Lumayan cepat, karena antrean selalu penuh dan lumayan banyak.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Ya, mudah.

7. *Physical evidence* (Bukti fisik):

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah cukup bagus.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Menurut saya itu sudah memadai.

HASIL WAWANCARA

Hari/Tanggal : 10 Juli 2024
Durasi Wawancara : 90 Menit
Narasumber : Afiani (Nasabah Bank BSI KCP FTS UII)

A. Terkait Strategi *Marketing Mix* dalam Meningkatkan Minat Nasabah.

1. *Product* (Product):

o Apa yang Anda ketahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah* di Bank BSI KCP FTS UII?

Ya, tabungan tanpa biaya admin dibandingkan dengan easymudhrabah yang ada biaya admin. Jadi, menurut saya orang akan memilih tabungan easywadiah.

o Apa yang membuat Anda tertarik memilih produk Tabungan *Easy Wadiah* dibandingkan produk tabungan lainnya?

Karna tanpa biaya admin, adanya fasilitas mobile banking dan kartu ATM seperti bank-bank yang lain.

o Menurut Anda, apa saja keunggulan dan kekurangan dari produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Keunggulan tanpa biaya admin, kekurangannya untuk sejauh ini saya belum menemukan karena kalau hanya buat untuk nabung atau hanya simpanan dan uangnya tidak bertambah atau berkurang menurut saya cocok.

2. *Price* (Harga):

o Bagaimana pendapat Anda tentang biaya administrasi dan potongan yang berlaku pada Tabungan *Easy Wadiah*?

Tidak ada potongan biaya admin, hanya saja kalau menggunakan kartu ATM dikenakan biaya admin per bulan dan tergantung jenis kartu yang digunakan.

o Apakah Anda merasa harga/biaya yang dikenakan sesuai dengan manfaat yang Anda peroleh?

Menurut saya sesuai dengan fasilitas yang diberikan dan manfaat yang diterima.

o Mengenai transparansi biaya, apakah Anda merasa bahwa informasi mengenai biaya dan *fee* pada Tabungan *Easy Wadiah* sudah jelas dan mudah dipahami?

Belum, karena mungkin ada biaya-biaya diluar biaya seperti kartu ATM itu sendiri, untuk rekening sendiri sebenarnya tidak ada biaya tetapi diluar biaya tadi terkait rekening masih ada biaya lain. Misal biaya notif SMS, atau biaya operasional yang lain. Mungkin bisa disampaikan untuk informasi biaya tambahan-tambahan yang lainnya, bisa disampaikan waktu pembukaan rekening.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana pendapat Anda tentang lokasi dan aksesibilitas Bank BSI KCP FTS UII?

Kurang strategis, karena dia di dalam kampus dan untuk menuju ke lokasinya tidak ada papan petunjuk bahwa didalam kampus ada Bank tidak hanya ATM. Jadi, masyarakat kurang aware. Karna ada nasabah lain masyarakat lain yang dia tidak tahu bahwa ada Bank BSI terdekat.

- o Seberapa mudah bagi Anda untuk mengunjungi Bank BSI KCP FTS UII dan mengakses layanan Bank BSI KCP FTS UII?

Kurang mudah untuk diakses.

- o Apakah lokasi cabang Bank BSI mempengaruhi keputusan Anda untuk memilih Tabungan *EasyWadiah*?

Iya, karena lebih dekat dari tempat tinggal saya.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda mengetahui tentang produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Saya bisa mengetahui produk tersebut melalui website dan mencari rekomendasi di social media.

- o Apakah promosi yang dilakukan oleh Bank BSI KCP FTS UII efektif dalam menarik perhatian Anda?

Kurang, iklannya sudah bagus tetapi masih sedikit untuk kita bisa melihatnya atau ditemukan.

- o Promosi apa yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan minat nasabah pada produk Tabungan *Easy Wadiah*?

Melakukan promosi dengan memberi promo di merchant-merchant, atau bisa bekerja sama dengan suatu event.

5. *People* (Orang):

- o Bagaimana pengalaman Anda dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BSI KCP FTS UII?

Bagus, karna melayani dengan baik, pelayanannya cepat dan ramah.

- o Seberapa penting peran karyawan dalam keputusan Anda memilih Tabungan *Easy Wadiah*?

Sangat penting, terutama dari segi pelayanan. Dari pelayanan kalau udah jelek, nasabah akan kecewa dan tidak mau kembali lagi ke tempat tersebut.

- o Apakah sikap dan penampilan karyawan mempengaruhi kepuasan Anda sebagai nasabah?

Iya, itu terutama karna di bidang pelayanan termasuk penting. Penampilan sangat saya nilai sebagai pelayan atau service excellent. Karena itu salah satu service terhadap nasabah.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan dan kecepatan proses pembukaan rekening Tabungan *Easy Wadiah*?

Standart, untuk selevel bank baru yang baru merger termasuk sudah bagus.

- o Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam proses administrasi atau transaksi lainnya?

Sejauh ini tidak ada.

- o Bagaimana Bank BSI KCP FTS UII dapat memperbaiki proses layanan mereka menurut Anda?

Kalau untuk seperti pergantian kartu, pembuatan PIN atau cetak tabungan seharusnya bisa di selesaikan di customer service tidak perlu ke teller, karna menjadi salah satu tambahannya antrean semakin banyak dan bolak-balik.

7. *Physical evidence (Bukti fisik):*

- o Bagaimana pendapat Anda tentang fasilitas fisik yang tersedia di Bank BSI KCP FTS UII?

Ya, bagus dan memadai sehingga saya merasa nyaman ketika berkunjung.

- o Apakah fasilitas seperti ruang tunggu, area parkir, dan kebersihan mempengaruhi kepuasan Anda?

Mempengaruhi, karena lokasinya didalam kampus dan lahan parkirnya jadi satu dengan kampus kadang bingung mau parkir dimana.

- o Apa saja yang bisa ditingkatkan dalam hal fasilitas fisik untuk kenyamanan nasabah?

Tidak ada, sudah cukup.

B. Persepsi Nasabah Terhadap *Marketing Mix*.

1. *Product* (Produk):

- o Bagaimana penilaian Anda terhadap kualitas produk Tabungan *Easy Wadiah*?
Cukup menarik, karena melihat bank-bank lain yang memiliki biaya admin besar tetapi Tabungan EasyWadiah tanpa biaya admin dan itu dapat menjadi satu alternatif jika nasabah hanya ingin menabung.

- o Apakah produk ini memenuhi kebutuhan dan ekspektasi Anda?

Cukup sesuai dengan ekspektasi saya.

2. *Price* (Produk):

- o Bagaimana Anda menilai biaya yang dikenakan untuk produk ini?

Tidak menjadi masalah, karena biaya yang dikenakan tidak begitu besar dan masih dapat di maktumi.

- o Apakah Anda merasa bahwa biaya tersebut sepadan dengan manfaat yang diperoleh?

Ya, sudah sepadan dengan manfaat yang selama ini saya terima.

3. *Place* (Tempat):

- o Bagaimana Anda menilai kenyamanan dan aksesibilitas lokasi Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah cukup nyaman.

- o Apakah lokasi bank memudahkan Anda dalam melakukan transaksi?

Kurang, karena lokasi kurang strategis. Tidak semua nasabah tau bahwa di kampus tersebut ada Bank BSI. Baiknya dapat ditambahkan informasi adanya Bank BSI tidak hanya ATM.

4. *Promotion* (Promosi):

- o Bagaimana Anda menilai efektivitas promosi yang dilakukan oleh Bank BSI?

Sudah cukup efektif, tapi mungkin bisa dilakukan lebih sering lagi jadi nasabah atau calon nasabah bisa tau di BSI ada product apa saja termasuk Tabungan Easy Wadiah.

- o Apakah informasi yang disampaikan melalui promosi sudah jelas dan meyakinkan?

Sudah cukup jelas.

5. *People (Orang):*

- o Bagaimana Anda menilai profesionalitas dan keramahan karyawan Bank BSI?

Sangat ramah dan baik dalam segi pelayanan.

- o Apakah Anda merasa nyaman dan dihargai saat berinteraksi dengan karyawan Bank BSI?

Iya, karena karyawan Bank BSI KCP FTS UII terutama teller selalu memberikan pelayanannya dengan maksimal.

6. *Process (Proses):*

- o Bagaimana Anda menilai kecepatan dan efisiensi layanan di Bank BSI?

Sudah cukup cepat, tetapi ada waktu tertentu yang kadang lambat terutama di bagian layanan, mungkin bisa diperbaiki jaringannya.

- o Apakah proses administrasi dan transaksi mudah dipahami dan diikuti?

Cukup mudah.

7. *Physical evidence (Bukti fisik):*

- o Bagaimana Anda menilai kondisi fisik dan fasilitas di Bank BSI KCP FTS UII?

Sudah baik.

- o Apakah fasilitas yang tersedia sudah memadai dan nyaman bagi Anda?

Sudah cukup nyaman dan memadai.

SURAT KETERANGAN HASIL PINDAI UJI KEMIRIPAN NASKAH



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 955/Ka.Div/10/Div.PP/VII/2024

Bismillahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Nadia Margaretta**
Nomor Mahasiswa : **20213042**
Dosen Pembimbing : **Nur Ellyanawati Esty R., SE., MM.**
Program Studi : **Analisis Keuangan**
Judul Karya Ilmiah : **Analisis *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah
Memilih Tabungan *Easy Wadiah* Pada Bank Syariah
Indonesia KCP FTS UII**
Nomor Hp : **085647950635**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **18% (delapan belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,

Suwardi, S.IP., M.IP.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Nama Lengkap : Nadia Margaretta
Tempat dan Tanggal Lahir : Karanganyar, 31 Oktober 2001
Alamat Tempat Tinggal : Geneng 04/05, Kaling, Tasikmadu, Karanganyar.
Nomor Handphone : 085647950635
E-mail : margarettanadia31@gmail.com
Riwayat Pendidikan : - SMK Bintang Nusantara
- SMP N 01 Tasikmadu
Pengalaman Organisasi : Himpunan Mahasiswa Sarjana Terapan

LAMPIRAN

Lampiran 1



Lampiran 2



Lampiran 3

✕ www.bankbsi.co.id 🔖 ➦ ...

BSI BANK SYARIAH INDONESIA 🔍 ☰

Pengumuman Pemenang Hujan Rezeki

INFORMASI SELENGKAPNYA

SELAMAT BAGI PARA PEMENANG



Hujan REZEKI
BSI MOBILE

- 20 unit iPhone 14 128 GB
- 10 unit Samsung Z Fold 4 12/256 GB
- 8 unit Vivo X90 Pro 5G
- 265 unit Samsung Galaxy S23 FE 5G
- 5 unit Vivo X90 Pro 5G 128 GB
- 1 unit BMW X30i Sport
- 1 unit All New Yamaha Motor

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Jadikan pengalaman Kamu lebih baik hari ini

Jaringan Kami FAQ Live Chat BSI Call