

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ibadah haji merupakan salah satu rukun Islam yang wajib dilaksanakan oleh setiap umat Muslim yang telah memenuhi syarat, termasuk kemampuan finansial.¹ Di Indonesia, sebagai negara dengan jumlah umat Muslim terbesar di dunia, keinginan untuk menunaikan ibadah haji sangat tinggi. Setiap tahun, ribuan calon jemaah haji mendaftarkan diri untuk berangkat ke Tanah Suci.² Namun, meskipun animo masyarakat untuk menunaikan ibadah haji sangat besar, ada sejumlah tantangan yang menghalangi sebagian besar umat Islam untuk mewujudkan impian mereka, salah satunya adalah persoalan biaya.

Menabung untuk biaya haji, yang bisa mencapai puluhan juta rupiah, menjadi hambatan utama bagi banyak calon jemaah, khususnya bagi mereka yang berasal dari kalangan menengah ke bawah. Selain itu, berbagai faktor seperti ketidakpastian terkait biaya tambahan dan prosedur pendaftaran yang rumit seringkali menambah kecemasan bagi calon jemaah haji.³

¹ Suhartini Nani, and Isti Nuzulul Atiah, '*Hajj Finance Management in Theory H in Indonesia*', *Management Science Research Journal*, 1.2.(2022), (h. 35)

² Sulistyowati, '*Hajj Fund Investment Development Strategy Sharia Investment*', *El-Dinar*, 1.1 2022, (h.18)

³ Hendrizal, Syamsir, and Aldri Frinaldi, '*Policy Analysis For the Determination of BIPIH For Indonesian Hajj Pilgrims in 2023*', *Ilomata*

Salah satu instrumen yang mendukung perencanaan ini adalah produk tabungan haji yang ditawarkan oleh perbankan syariah, termasuk Bank Syariah Indonesia (BSI). Produk ini tidak hanya menjadi sarana untuk mengelola dana secara syariah, tetapi juga memungkinkan calon jemaah menabung secara bertahap.⁴ Namun, di lapangan, masih ditemukan berbagai kendala seperti mahalnya setoran awal, tingginya saldo minimal untuk pendaftaran, biaya administrasi yang dinilai memberatkan, serta rendahnya pemahaman masyarakat terhadap mekanisme produk tersebut. Hal ini diperparah dengan strategi promosi yang dinilai belum maksimal⁵. Padahal, promosi yang tepat dan efektif sangat penting untuk meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat terhadap produk tabungan haji. Dengan demikian, kajian terhadap strategi promosi tabungan haji di BSI menjadi penting untuk memastikan bahwa produk ini benar-benar mampu diakses dan dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat luas.

فِيهِ آيَةٌ ۖ بَيَّنَّتْ مَقَامَ إِبْرَاهِيمَ ۚ وَمَنْ دَخَلَ كَانَ آمِنًا ۚ وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ

حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا ۚ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

International Journal of Social Science, 2023, (h.731)

⁴ Amalia, Riska, and Joko Setyono, 'Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia', *Jurnal Perbankan Syariah*, 2023, (h.35)

⁵ Ivascu, Larisa, and Matei Tamasila, 'Evaluating the Impact of Promotional Activity on Marketing', 2023, (h.24)

Artinya : Di dalamnya terdapat tanda-tanda yang jelas, (di antaranya) Maqam Ibrahim. Siapa yang memasukinya (Baitullah), maka amanlah dia. (Di antara kewajiban manusia terhadap Allah adalah melaksanakan ibadah haji ke Baitullah, (yaitu bagi) orang yang mampu mengadakan perjalanan ke sana. Siapa yang mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu pun) dari seluruh alam. (Q.S Ali-Iran Ayat 97)⁶

Dalam konteks pemasaran syariah, strategi promosi memegang peranan penting dalam meningkatkan minat dan partisipasi masyarakat terhadap produk perbankan syariah, termasuk tabungan haji. Konsep pemasaran syariah menekankan pada prinsip kejujuran, transparansi, dan nilai-nilai islami dalam setiap aktivitas pemasaran. Strategi promosi yang efektif tidak hanya memperkenalkan produk kepada calon nasabah, tetapi juga membangun kepercayaan dan pemahaman yang mendalam mengenai manfaat dan mekanisme produk tersebut.⁷

Penelitian sebelumnya oleh Kharisma Maya Septiana di BSI KCP Magetan menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran yang tepat, seperti segmentasi pasar yang jelas dan penggunaan bauran pemasaran (*marketing*

⁶ Al-Qur'an, Qur'an surah Ali-Imran ayat 97.

⁷ Srisusilawati, Popon, Ima Wijayanti, and Nanik Eprianti, 'Marketing Strategy in Building Brand Image and Strengthening the Foundation of Sharia Bank', *International Journal of Professional Business Review*, 2023, (h. 38)

mix), dapat meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji. Namun, masih terdapat kendala seperti kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk dan strategi promosi yang belum optimal.⁸

Selain itu, studi oleh Fadhul Ramadhan di Bank Muamalat KCP Parepare mengungkapkan bahwa strategi pemasaran yang menggabungkan pendekatan segmentasi, *targeting*, *positioning*, dan *marketing mix 7P* (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dapat meningkatkan efektivitas promosi produk tabungan haji.⁹

Meskipun demikian, masih terdapat kesenjangan antara teori dan praktik di lapangan, terutama dalam hal implementasi strategi promosi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat di berbagai daerah. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis dan mengevaluasi strategi promosi tabungan haji yang diterapkan oleh BSI¹⁰, khususnya di KCP Sudirman efektivitas promosi dan memberikan rekomendasi untuk peningkatan strategi pemasaran yang

⁸ Kharisma Maya Septiana, 'Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia KCP Magetan dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2024), h. 119

⁹ Fadlul Ramadhan, 'Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Muamalat KCP Parepare' (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024), h. 100

¹⁰ Afandi, Ahmad, 'Intention to Save Hajj at Indonesian Sharia Bank: A Study Based on Theory of Planned Behavior', *Journal of Namibian Studies : History Politics Culture*, 2023, doi:10.59670/jns.v33i.579

lebih efektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Berdasarkan fakta dan teori yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan rendahnya minat masyarakat dalam membuka tabungan haji di Bank Syariah Indonesia (BSI). Masalah-masalah tersebut antara lain: setoran awal yang tinggi dan dirasa memberatkan bagi sebagian masyarakat, biaya administrasi yang menimbulkan keluhan, kurangnya informasi dan pemahaman mengenai produk tabungan haji, hingga terbatasnya jangkauan promosi yang dilakukan oleh pihak bank. Selain itu, minimnya strategi promosi yang komunikatif, edukatif, dan tepat sasaran membuat calon nasabah kurang tergerak untuk menggunakan produk tabungan haji, meskipun motivasi keagamaan untuk menunaikan ibadah haji cukup tinggi.

Dari sekian banyak masalah yang muncul, peneliti memfokuskan perhatian pada aspek strategi promosi karena faktor ini dianggap sebagai kunci utama dalam membentuk persepsi positif, meningkatkan pemahaman, dan mendorong tindakan calon nasabah. Strategi promosi yang tepat dapat menjadi solusi atas kendala informasi, sekaligus menjadi sarana edukasi untuk menjelaskan kemudahan menabung haji serta manfaat produk secara keseluruhan. Di sisi lain, penelitian-penelitian sebelumnya belum secara spesifik membahas strategi promosi tabungan haji di wilayah

Bengkulu, khususnya di KCP Sudirman, yang memiliki karakteristik demografis dan sosial budaya tersendiri.

Dengan mempertimbangkan urgensi tersebut, peneliti memandang perlu dilakukan kajian mendalam terhadap “Strategi Promosi Tabungan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Sudirman”. Penelitian ini tidak hanya bermanfaat untuk memperkaya khazanah ilmu pemasaran syariah, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam memberikan masukan bagi BSI untuk menyusun strategi promosi yang lebih efektif, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji?
2. Bagaimana efektifitas strategi promosi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji.
2. Untuk mengetahui efektivitas strategi promosi yang diterapkan Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan haji.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang efektivitas metode promosi dalam menarik nasabah baru. Penelitian ini juga dapat memperbanyak literatur di bidang perbankan syariah dan strategi pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai strategi apa saja yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk mengembangkan penelitian terbaru nantinya terkhusus untuk prodi Perbankan Syariah.
- c. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan berbagai macam promosi agar dapat menyebarkan dan memperluas pemahaman dan ketertarikan masyarakat terhadap Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

E. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan atau berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti, yaitu:

1. Penelitian Bernindi Piana Putri yang bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah nasabah Tabungan SimPel di Bank Syariah Indonesia Kota Metro. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*), Sumber data primer yang digunakan yaitu *purposive sampling* Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik yaitu wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa jumlah nasabah produk tabungan simpel mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya.¹¹ Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada variabel independen dan variabel dependen nya.
2. Penelitian Hetty Kurnianti bertujuan untuk mengetahui strategi promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dan kendala pihak BPRS Muamalat Sukaraja dalam melakukan promosi produk

¹¹ Bernindi piana Putri, 'Strategi Promosi Tabungan Simpel Dalam Meningkatkan Jumlah Nassabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Metro' *Aγαη* 15, no. 1 (2024): (h. 37–48).

tabungan haji. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data dan verifikasi, kemudian di analisis lebih lanjut dan diambil suatu kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan BPRS Muamalat Harkat pada produk tabungan haji dilakukan dengan tiga promosi yaitu promosi penjualan dengan cara datang ke majelis taklim dan arisan keluarga, serta penjualan pribadi (personal selling) dengan cara datang kerumah warga yang akan menjadi calon nasabah produk tabungan haji (door to door). Adapun kendala yang dihadapi BPRS Muamalat Harkat yaitu kurangnya kualitas SDM.¹² Perbedaan dari penelitian ini terletak pada tambahan dari variabel dependen dan objek penelitian nya, sedangkan persamaan nya terletak pada variabel independen nya.

3. Penelitian Elcha Irawan bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan pada PT Pegadaian Cabang Teluk Dalam untuk meningkatkan jumlah nasabah dan mengetahui strategi promosi yang efektif

¹² Hetty Kurnianti, "Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlahnasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Pt. Bprs Muamalat Harkat Sukaraja" (Institut Agama Islam Bengkulu, 2018).²⁷

untuk menarik minat nasabah pada PT Pegadaian Cabang Teluk Dalam dimasa yang akan datang. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini bahwasanya untuk meningkatkan jumlah nasabah dimasa yang akan datang, PT Pegadaian Cabang Teluk Dalam sebaiknya melakukan fungsi advertising yaitu; penyebaran brosur, pasang iklan dengan gambar yang besar ditempat yang strategis, pemberitahuan atau penjualan melalui media sosial seperti; di instagram, twitter, facebook, whatsapp, tokopedia, shopee, bukalapak dan lain-lain agar dapat menarik minat nasabah dan para calon nasabah dapat lebih mengetahui keunggulan produk tersebut serta dapat lebih memudahkan calon nasabah dalam membuka tabungan emas.¹³ Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian nya, sedangkan persamaan nya terletak pada variabel independen dan variable dependennya.

4. Penelitian Sulva Ulin Nuha bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dan mengetahui hambatan serta solusi terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Woori Saudara

¹³ Elcha Irawan, "Analisis Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Pegadaian Cabang Teluk Dalam Banjarmasin," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2021, 1.

Kantor Cabang Jember dalam meningkatkan jumlah nasabah. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi pemasaran produk tabungan dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Woori Saudara Kantor Cabang Jember dilakukan dengan bauran pemasaran 7P.¹⁴ Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian dan variabel independen nya, sedangkan persamaannya terletak pada variabel dependen.

5. Penelitian Erman Sutandar bertujuan untuk mengetahui penerapan taktik dan strategi promosi Bank dalam meningkatkan jumlah nasabah khususnya di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dan dengan menggunakan data statistik. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa strategi promosi yang diterapkan dengan melakukan *Canvassing* yaitu pihak bank mendatangi langsung calon nasabah yang berada di seluruh wilayah jakarta.¹⁵ Perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian, sedangkan persamaan

¹⁴ sulva ulin Nuha, "Strategi Pemasaran Produk Tabunan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Woori Saudara Indonesia Kantor Cabang Jember," 2023, h. ix.

¹⁵ Sutandar Erman, "Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara," *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 11 (2022): 61–69.

penelitian ini terletak pada variabel independen dan variabel dependen.

6. Penelitian oleh Anita Sukawati bertujuan untuk mendeskripsikan produk strategi inovasi tabungan haji di BMT Fauzan Aziima dan upaya menjaga loyalitas pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan merupakan studi lapangan yang dilakukan langsung di BMT Fauzan Aziima, Kota Parepare. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bersifat mendeskripsikan hasil penelitian dari data yang diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah data primer diperoleh secara langsung dan dilengkapi dengan data sekunder yang mendukung penelitian. Pengumpulan data Teknik yang digunakan adalah wawancara dengan institusi dan wawancara dengan pelanggan, serta data dari literatur. Datanya teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang menggambarkan strategi yang dilakukan BMT Fauzan Aziima dalam melakukan inovasi produk tabungan haji dan upayanya menjaga loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan BMT Inovasi produk Fauzan Azhiima yaitu Tabungan Haji Produk. BMT Fauzan Azhiima tak hanya berdiam diri saja. BMT Fauzan Azhiima menggunakan strategi yaitu dengan

mengunjungi calon pembeli pelanggan secara langsung, seperti turun langsung ke lapangan untuk berpromosi produk kepada setiap calon pelanggan. Meningkatkan loyalitas haji nasabah di BMT Fauzan Azhiima Kota Parepare Ini bisa dibuktikan dengan peningkatan pelanggan dari tahun 2015 ke tahun 2017 sebesar 18,06%. Dengan melakukan inovasi produk akan meningkatkan minat masyarakat terhadap menabung di BMT. Inovasi produk sebagai upaya untuk menarik lebih banyak orang pelanggan dan menjadi pembeda dari konvensional produk.¹⁶

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) merupakan suatu penelitian yang dilakukan langsung dilapangan.¹⁷. Penelitian ini digunakan untuk menumpulkan data dan mencari informasi mengenai Strategi promosi tabungan haji yang di terapkan di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman melalui lisan dari informan dan tidak menggunakan angka.

¹⁶ Anita Sukawati et al., "Strategy Innovation of Hajj Savings Product: An Effort to Maintain Customer Loyalty at BMT Fauzan Aziima Parepare," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah: AICONOMIA* 2, no. 1 (2023): 39–54, <https://doi.org/10.32939/acm.v2i1.2852>.

¹⁷ Mas'udi Syukran, 'Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Di Bmt Nu Cabang Wonosari Bondowoso', (Skripsi, Iain Jember, 2020), h.19.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Sebagaimana dijelaskan Strauss dan Corbin dalam buku V. Wiratna Sujarweni, mendeskripsikan pengertian penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain kuantifikasi (pengukuran).¹⁸ Penelitian ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan mengenai bagaimana penerapan strategi promosi tabungan haji yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dalam meningkatkan jumlah nasabah serta untuk mengetahui seberapa efektif penerapan strategi promosi yang telah dijalankan

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun waktu penelitian ini akan dilaksanakan pada tanggal 10 Desember 2024- 10 Juli 2025. Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

¹⁸ Sarweni. V Wiratna, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2015). h.12

Tabel 1.1
Rencana Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	12	1	2	3	4	5	6	7	8
1	Penyusunan Proposal									
2	Seminar Proposal									
3	SK Pembimbing									
4	Finalisasi Instrumen Penelitian									
5	Penelitian									
6	Penyusunan Hasil									
7	Penyusunan Laporan									

Sumber : Data olahan penulis tahun 2024

3. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah cara yang digunakan untuk secara langsung memilih informan atau narasumber berdasarkan kesesuaian dengan tema penelitian, karena individu tersebut dianggap memiliki informasi yang relevan dan diperlukan. Dalam konteks ini, peneliti

memilih informan yang dianggap memahami permasalahan yang akan diteliti dan mampu memberikan informasi yang berguna untuk pengumpulan data.¹⁹ Informan penelitian ini berjumlah 3 Orang dari karyawan Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman yang terdiri dari 3 orang *Funding Officer*.

Tabel 1.2
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Lama Bekerja
1	Rina Afriani	<i>Funding Officer</i>	13 Tahun
3	Vinta Putri Armelia	<i>Funding Officer</i>	7 Tahun
4	Adhi Wirawan	<i>Funding Officer</i>	5 Tahun

Data dari Bank Syariah Indonesia Kcp. Sudirman

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian ini, penulis menggunakan sumber data berupa data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Data primer ini dapat dikumpulkan melalui wawancara langsung dengan pegawai dan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman, Wawancara langsung

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018, h.35

dengan Ibu Rina Afriani, Ibu Vinta Putri Armelia, dan Bapak Adhi Wirawan sebagai informan, berdasarkan daftar pertanyaan yang telah di sediakan.

Untuk mendapatkan data yang relevan penulis menggunakan 3 teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati secara langsung fenomena yang berkaitan dengan penelitian.²⁰ Metode ini dilakukan dengan cara mengamati langsung ke lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

b. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara adalah pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui sesi tanya jawab, sehingga makna mengenai suatu topik tertentu dapat dibangun.²¹ Peneliti melakukan Wawancara langsung dengan Ibu Rina Afriani selaku *Funding Officer* , Ibu Vinta Putri Armelia selaku *Funding Officer*, dan guna mengetahui

²⁰ Erman Sutandar, Siti Maryam, and Nugroho Agung Prasetyo, 'Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara', *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis* 1.1(2022), (h. 61–69).

²¹ Sugiyono, 'Memahami Penelitian Kualitatif', (Bandung: CV Alfabeta, 2014), h.23

strategi promosi tabungan haji yang diterapkan di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen yang dibuat oleh subjek atau orang lain. Dokumentasi ini berupa foto saat wawancara di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman dan sebagai bukti pendukung dari primer.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk mengetahui lebih jelas tentang permasalahan yang peneliti angkat menggunakan teknik analisis data kualitatif dari Miles dan Huberman dengan 4 tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.²²

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, data dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan triangulasi. Triangulasi dilakukan untuk memverifikasi kredibilitas data dengan memeriksa sumber yang sama menggunakan

²² Sugiyono, *'Memahami Penelitian Kualitatif'*, (Bandung: CV Alfabeta, 2014), h. 146.

berbagai teknik, seperti kombinasi observasi, wawancara, dan dokumentasi.²³ Informasi yang diperoleh dari karyawan dari Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman kemudian direkam, diolah, dan disusun berdasarkan tema penelitian yakni strategi promosi tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

b. Redukasi Data

Data yang telah ditemukan dilapangan maka peneliti reduksi. Reduksi disini dapat diartikan sebagai analisis yang digunakan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisasi data agar dapat disimpulkan.²⁴ Adapun langkah yang dilakukan peneliti mereduksi data yang telah di dapat dari lapangan yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu strategi promosi tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung; Alfabeta, 2017), h.337

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: 2017), h.337

c. Penyajian Data

Data yang sudah direduksi maka akan dilakukan pengumpulan informasi yang disusun berdasarkan kategori atau pengelompokan-pengelompokan yang diperlukan dalam bentuk tulisan/kata-kata, gambar, grafik dan tabel.²⁵ Untuk menggabungkan informasi yang telah diterima sehingga dapat mengetahui strategi promosi tabungan haji yang diterapkan di Bank Syariah KCP. Sudirman dan seberapa efektif penerapannya dengan menggunakan teks naratif agar dapat menguasai informasi baik secara keseluruhan maupun bagian-bagiannya

d. Penarikan kesimpulan

Setelah data disajikan maka kita memasuki tahap akhir yaitu proses perumusan makna dari hasil penelitian yang diungkapkan dengan kalimat yang singkat-padat dan mudah difahami, serta dilakukan dengan cara berulang kali melakukan peninjauan mengenai kebenaran dari penyimpulan itu,²⁶ khususnya berkaitan dengan relevansi dan konsistensinya terhadap strategi promosi tabungan haji dalam meningkatkan

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018). hlm.338.

²⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), h. 256.

nasabah di Bank syariah KCP. Sudirman. Dan dalam tahap ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian agar dapat ditarik kesimpulannya.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan : Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penulisan, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori : Dalam bab ini tentang teori yang berkaitan dengan variable-variable penelitian.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian : Dalam bab ini membahas tentang gambaran umum dari Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

Bab IV Hasil dan Pembahasan : Bab ini menjelaskan tentang hasil dan pembahasan mengenai strategi promosi tabungan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP. Sudirman.

Bab V Penutup : Bab penutup yang terdiri dari kesimpulan yang dikemukakan secara jelas serta berisi saran dari hasil penelitian.