

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan studi tentang penerapan strategi pemasaran tabungan Haji oleh Bank Syariah Indonesia untuk menarik nasabah, kesimpulan berikut dapat ditarik dari Kantor Cabang Adam Malik di Kota Bengkulu: berikut:

1. Implementasi strategi pemasaran Tabungan Haji di Bank Syariah Indonesia KC Adam Malik Kota Bengkulu telah dilaksanakan secara terencana dan sesuai dengan kebijakan perusahaan, dengan tetap menyesuaikan karakteristik masyarakat setempat. Strategi yang diterapkan meliputi *personal selling* (jemput bola), sosialisasi dan edukasi literasi keuangan syariah, pelayanan yang cepat dan ramah, pemanfaatan aplikasi Byond by BSI, serta *cross-selling* kepada nasabah yang telah menggunakan produk BSI lainnya.
2. Faktor pendukung implementasi strategi pemasaran Tabungan Haji terdiri atas lokasi kantor yang strategis, dukungan kebijakan dari kantor pusat dan regional, kualitas sumber daya manusia yang baik, pelayanan yang profesional, serta integrasi teknologi melalui Byond BSI, autodebet, dan SISKOHAT. Adapun faktor penghambat yang masih dihadapi meliputi rendahnya literasi keuangan syariah masyarakat, kesalahpahaman mengenai persyaratan setoran awal Tabungan Haji, keterbatasan kewenangan cabang dalam melakukan promosi digital secara mandiri, serta belum optimalnya pelatihan khusus bagi pegawai terkait pemasaran produk Tabungan Haji.
3. Persepsi pihak bank terhadap implementasi strategi pemasaran Tabungan Haji secara umum menunjukkan penilaian yang positif. Pihak bank menilai bahwa strategi *personal selling*, edukasi syariah,

pelayanan prima, dan kemudahan akses digital telah berdampak dalam menarik minat nasabah sejak cabang mulai beroperasi. Sementara itu, nasabah menilai bahwa kejelasan informasi mengenai akad syariah, kemudahan proses pembukaan rekening, keramahan petugas, serta keamanan pengelolaan dana menjadi faktor utama yang mendorong keputusan mereka membuka Tabungan Haji.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Adam Malik Kota Bengkulu
Bank diharapkan dapat meningkatkan intensitas promosi digital melalui media sosial dan platform digital yang lebih interaktif, memperluas kegiatan sosialisasi mengenai Tabungan Haji kepada sekolah, perguruan tinggi, instansi pemerintah, masjid, dan komunitas masyarakat, serta memberikan pelatihan yang lebih intensif kepada pegawai mengenai strategi pemasaran berbasis digital dan komunikasi produk syariah. Selain itu, bank diharapkan dapat mengembangkan program promosi berupa *reward* atau program apresiasi bagi nasabah baru sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk Tabungan Haji.
2. Bagi Masyarakat
Masyarakat diharapkan semakin meningkatkan pemahaman mengenai produk keuangan syariah, khususnya Tabungan Haji, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang kurang tepat mengenai persyaratan maupun mekanisme produk.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk menilai secara lebih akurat bagaimana setiap taktik pemasaran memengaruhi minat konsumen, studi di masa mendatang direncanakan akan menggunakan pendekatan metodologi kuantitatif atau campuran. Selain itu, penelitian dapat dilakukan di beberapa cabang Bank Syariah Indonesia di berbagai wilayah, yang akan meningkatkan pengembangan studi pemasaran dan menghasilkan perbandingan teknik pemasaran yang lebih menyeluruh perbankan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Andi Chandra Dkk, 'Strategi Pemasaran Bagi Program Gadai Emas Dan Cicil Emas Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Portofolio Pembiayaan BSI KC Adam Malik Bengkulu', *Prosiding JPBP, 1.1 (2024)*, 5
- Antara News, 'Dekatkan Pelayanan, BSI Bengkulu Resmikan Kantor Cabang Baru' <<https://bengkulu.antaranews.com/berita/299301/dekatkan-pelayanan-bsi-bengkulu-resmikan-kantor-cabang-baru>> [accessed 14 April 2026]
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2021)
- Atmaja, Chandra, Romi Setiawan, and Yunida Fryanti, 'Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10 (2025)
- Bank Syariah Indonesia, 'BSI Tabungan Haji Indonesia', 2026 <<https://www.bankbsi.co.id/produk%26layanan/produk/bsi-tabungan-haji-indonesia>> [accessed 15 February 2026]
- Bank Syariah Indonesia, 'BSI Tabungan Haji Muda Indonesia', 2026 <<https://www.bankbsi.co.id/produk%26layanan/produk/bsi-tabungan-haji-muda-indonesia>> [accessed 4 April 2026]
- BPKH, 'Laporan Pengelolaan Dana Haji 2024', *Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH)*, 2024, p. 61
- Darius, Yosef Tonce and Yoseph, *Minat Dan Keputusan Pembelian*, ed. by Kodri, 1st edn (Indramayu: Penerbit Adab, 2022)
- David, Fred R, *Strategic Management Concepts and Cases* (Prentice hall, 2011)
- Erdiriyo, 'Laporan Pelaksanaan Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) Tahun 2022 Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia', 2022, 1–67

- Febrima, Syafrullah, Desi Isnaini, and Badarrudin Nurhab, 'Edukasi Pemahaman Bank Syariah Untuk Meningkatkan Kemauan Menabung Masyarakat Di Desa Air Putih Kabupaten Bengkulu Tengah', *ARSY: Jurnal Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*, 6 (2025), 689–99
- Harmoko, Irfan, 'Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional', *Wadiah*, 1 (2022), 22–41
- Hidayatullah, M F, Bambang Irawan, and Ahmad Roziq, 'Formulation Of Sharia Marketing Strategy In Bank Syariah Indonesia', *Calitatea*, 24 (2023), 280–84
- Hidayatullah, M F, Bambang Irawan, Ahmad Roziq, and Sukron Ma'mun, 'Enhancing Customer in Islamic Banking: A Case Study of Bank Syariah Indonesia's Marketing Strategy', *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7 (2023), 128–38
- Huda, Nurul, 'Upholding Sharia Character: Marketing Communication at Marwah Syariah Guest House Balikpapan' (Universitas Islam Indonesia, 2024)
- Ikhsan Kausari, 'Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran' Indonesia, Bank, 'Akad Dan Produk Bank Syariah', *Jakarta: Ascarya*, 2020
- Indonesia, Bank Syariah, 'BSI Tabungan Haji Indonesia', 2026 <<https://www.bankbsi.co.id/promo/tabungan-haji-syarat-setoran-awal-dan-proses-daftar-porsi>> [accessed 4 April 2026]
- Indonesia, Bank Syariah *Laporan Tahun 2024 Melaju Menuju Era Baru*, 2024
- Indonesia, Bank Syariah 'Produk Dan Layanan BSI', 2026 <<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/kategori/pembiayaan?page=1>> [accessed 4 April 2026]
- Indonesia, Bank Syariah 'Visi & Misi', 2026
- infobanknews.com, 'BSI Catat 6,33 Juta Rekening Tabungan Haji, Naik 2 Juta Dalam 4 Tahun', 2025 <<https://infobanknews.com/bsi-catat-633-juta-rekening-tabungan-haji-naik-2-juta-dalam-4-tahun>> [accessed 15 April 2026]

Ipotnews, 'BSI (BRIS) Bidik Kelola Lebih Dari 7 Juta Rekening Tabungan Haji Hingga Akhir 2025', 2025 <[https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=BSI_\(BRIS\)_Bidik_Kelola_Lebih_dari_7_Juta_Rekening_Tabungan_Haji_hingga_Akhir_2025&news_id=479258&group_news=RESEARCHNEWS&news_date=&taging_subtype=BRIS&name=&search=y_general&q=Bank Syariah Indonesi](https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=BSI_(BRIS)_Bidik_Kelola_Lebih_dari_7_Juta_Rekening_Tabungan_Haji_hingga_Akhir_2025&news_id=479258&group_news=RESEARCHNEWS&news_date=&taging_subtype=BRIS&name=&search=y_general&q=Bank Syariah Indonesi)> [accessed 15 April 2026]

Kasmir, *Pemasaran Bang* (Prenada Media, 2021)

Kuangan, Otoritas Jasa, 'Laporan Pelaksanaan Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) Tahun 2022.', 2023 <<http://snki.go.id/wp-content/uploads/2023/08/Laporan-Pelaksanaan-SNKI-2022.pdf>> [accessed 16 April 2026]

Kuangan 'Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024', 2025 <[https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024/Survei_Nasional_Literasi_dan_Inklusi_Kuangan_\(SNLIK\)_2024.>](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024/Survei_Nasional_Literasi_dan_Inklusi_Kuangan_(SNLIK)_2024.>) [accessed 16 April 2026]

Khosyi Fauziyah, 'Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Efektivitas Produk Tabungan Haji Dan Umrah Di KSPPS BMT NU Cabang Kalisat Jember', *Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 2024, 52–54

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Rosda, 2021)

Mahkamah Agung Republik Indonesia, 'Fatwa DSN-02-DSNMUI-IV-2000 2000 Tentang Tabungan Berdasarkan Prinsip Syariah', *Direktori Putusan*

Marsyah Aprilya, 'Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Menghadapi Dinamika Persaingan Industri Keuangan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 4 (2026), 296–307 <<https://doi.org/10.61722/jiem.v4i1.8130>>

Mujiatun, Siti, Budi Trianto, Eko Fajar Cahyono, and Rahmayati, 'The Impact of Marketing Communication and Islamic Financial Literacy on Islamic Financial Inclusion and MSMEs Performance: Evidence from Halal Tourism in Indonesia', *Sustainability*, 15 (2023), 9868

Nugroho, Riant, *Kebijakan Publik: Implementasi Dan Pengendalian Kebijakan* (Elex Media Komputindo, 2021)

Nur Amalina, Vidia Dhiawy Hasmar Sitorus, Yusra Amelia Hasibuan, and Nurbaiti Nurbaiti, 'Analisis Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi', *Journal of Management and Creative Business*, 1 (2023), 101–11
<<https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i1.500>>

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 16th Editi, 2022

Pramudia, Heru, 'Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Tabungan Haji Muda Indonesia PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu FTSP UII' (Universitas Islam Indonesia, 2024)

Pressman, Jeffrey L, and Aaron Wildavsky, *Implementation: How Great Expectations in Washington Are Dashed in Oakland; Or, Why It's Amazing That Federal Programs Work at All, This Being a Saga of the Economic Development Administration as Told by Two Sympathetic Observers Who Seek to Build Morals* (Univ of California Press, 1984), DCCVIII

Rosalina, Fitri, Choiriyah Choiriyah, and Fadilla Fadilla, 'Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Menggunakan Akad Mudharabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Simpang Patal Palembang', *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 4 (2025), 783–92

Setiawan, Romi, and Khairiah Elwardah, 'Evaluasi Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dalam', *Jurnal Tabarru' Islamic Banking and Finance*, 7 (2024), 122–26

Setyawan, Dody, Agus Priantono, and Firman Firdausi, 'George Edward III Model', *Publicio: Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan Dan Sosial*, 3 (2021), 9–19

Suhairi, Suhairi, Mirza Mahendra Siregar, Laila Dwi Ningrum, Rismayanti Bintang, and Amaliyah Mutiara, 'Strategi Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Dalam Pasar Global: Pendekatan Untuk Keberhasilan Bisnis Internasional', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3 (2023), 5120–31

Tjiptono, Fandy, *Riset Pemasaran* (Penerbit Andi, 2023)

Umrah, Kementrian Haji dan, 'Data Dan Informasi Informasi Penting
Terkait Penyelenggaraan Ibadah Haji Untuk Jamaah Dan Masyarakat
UmumNo Title', *Kementrian Agama RI*, 2025

Wahyuni, Aldina Sri, and Imam Qalyubi, 'Generation Z and Hajj Savings:
Innovative Marketing Strategy BSI KC Palangka Raya Diponegoro',
Jurnal Manajemen Bisnis, 11 (2024), 1508–18

Wahyuni, Sri, 'Implementasi Strategi Manajemen Perubahan', *Al-DYAS*, 2
(2023), 459–66 <<https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1282>>

Winarno, Budi, *Kebijakan Publik: Teori, Proses, Dan Studi Kasus: Edisi
Dan Revisi Terbaru* (Center For Academic Publishing Service, 2012)

