

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA
DALAM MENARIK MINAT NASABAH (Studi Kasus Pada PT
Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

OLEH:

FITRI HANDAYANI

NIM. 4022017074



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
2021 M / 1442 H**

LEMBARAN PENGESAHAN

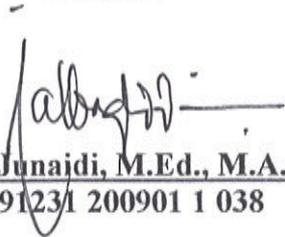
Skripsi berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN SEULANGA DALAM MENARIK MINAT NASABAH (Studi Kasus Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)” Disusun oleh Fitri Handayani, 4022017074. Program Studi Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 31 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 01 September 2021

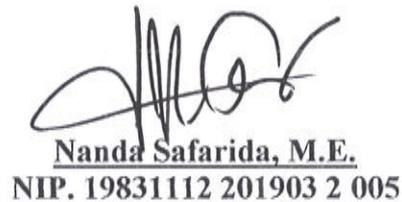
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

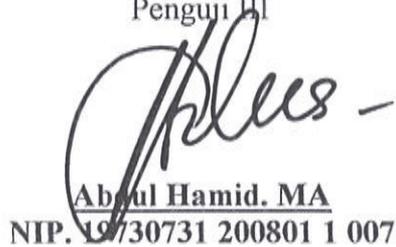
Penguji I


Drs. Junaidi, M.Ed., M.A.
NIP. 19691231 200901 1 038

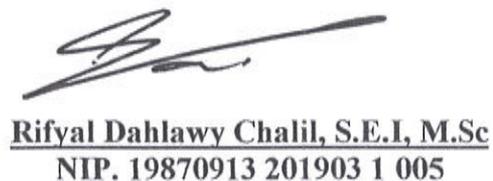
Penguji II


Nanda Safarida, M.E.
NIP. 19831112 201903 2 005

Penguji III

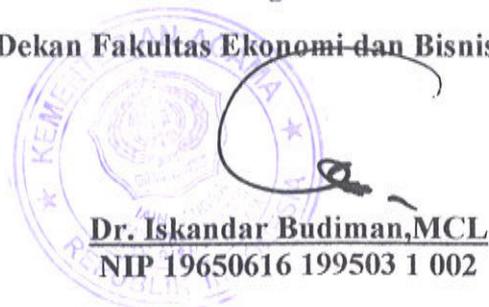

Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Penguji IV


Rifyal Dahlawy Chalil, S.E.I, M.Sc
NIP. 19870913 201903 1 005

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Iskandar Budiman, MCL
NIP 19650616 199503 1 002

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa
Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana S-1
dalam Program Ekonomi Syariah**

Diajukan Oleh:

FITRI HANDAYANI

**Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Ekonomi Syariah**

Nim. 4022017074

ace . 9 . 8 / 21

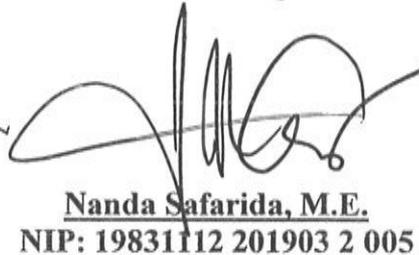
Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



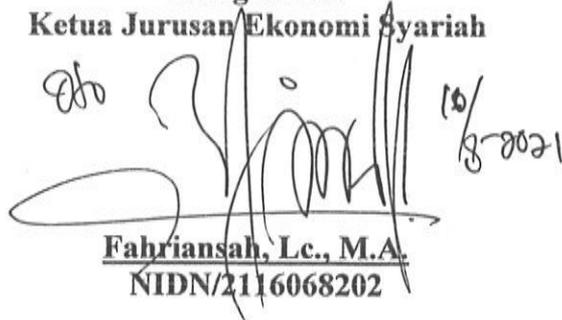
Drs. Junaidi, M.Ed., M.A.
NIP: 19691231 200901 1 038



Nanda Safarida, M.E.
NIP: 19831112 201903 2 005

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Fahriansah, Lc., M.A.
NIDN/2116068202

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Handayani
NIM : 4022017074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan karya saya sendiri, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya dalam notasi.

Jika kemudian hari didapati ini bukan karya asli saya, maka saya siap menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Langsa, Juli 2021
Hormat saya,



Fitri Handayani

MOTTO

فَإِذَا بَلَغْنَ أَجَلَهُنَّ فَأَمْسِكُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ أَوْ فَارِقُوهُنَّ بِمَعْرُوفٍ وَأَشْهِدُوا ذَوَيْ عَدْلٍ
مِّنكُمْ وَأَقِيمُوا الشَّهَادَةَ لِلَّهِ ذَلِكَ يُوَعِّظُ بِهِ مَن كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَمَن يَتَّقِ
اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا وَيَرْزُقْهُ مِن حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ وَمَن يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ
إِنَّ اللَّهَ بُلُغُ أَمْرٍ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا

“Apabila mereka telah mendekati akhir iddahnya, maka rujukilah mereka dengan baik atau lepaskanlah mereka dengan baik dan persaksikanlah dengan dua orang saksi yang adil di antara kamu dan hendaklah kamu tegakkan kesaksian itu karena Allah. Demikianlah diberi pengajaran dengan itu orang yang beriman kepada Allah dan hari akhirat. Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar. Dan memberinya rezeki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. Dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan) nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang (dikehendaki) Nya. Sesungguhnya Allah telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”. (Q.S. Ath-Thalaq ayat 2-3).

ABSTRAK

Tabungan seulanga adalah program tabungan berhadiah yang merupakan salah satu produk penghimpunan dana pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam menarik minat nasabah dan bagaimana strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam perspektif pemasaran Islam. Bauran pemasaran yang dilakukan bank dalam menarik minat nasabah yaitu dengan adanya elemen-elemen strategi pemasaran seperti produk, harga, lokasi, promosi, SDM, tampilan fisik, dan proses. Dari strategi produk, tabungan seulanga yang ditawarkan bank Aceh sangat memenuhi kebutuhan nasabah. Dari strategi harga, merupakan salah satu aspek terpenting laku tidak nya produk tabungan seulanga. Dari strategi lokasi, PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa sangat mudah dijangkau, karena berada di pusat perkotaan. Dari strategi promosi, bank mempromosikan produk tabungan seulanga baik langsung maupun tidak langsung. Dari strategi SDM, karyawan memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk tabungan seulanga. Dari strategi tampilan fisik, brosur yang ditawarkan sangat menarik nasabah, mulai dari adanya logo bank Aceh, dan dengan hadiah yang menarik. Dari strategi proses, pembukaan rekening tabungan seulanga menggunakan mekanisme yang cepat. Selanjutnya strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam perspektif pemasaran Islam, bahwa program hadiah dalam PT. Bank Aceh Syariah adalah suatu pemberian yang sifatnya tidak mengikat dan bertujuan agar nasabah loyal kepada bank Aceh dan sah-sah saja diselenggarakan selama tidak bertentangan dengan fatwa.

Kata Kunci : *Minat Nasabah, Produk Tabungan Seulanga, Strategi Pemasaran*

ABSTRACT

Tabungan seulanga is a savings program with prizes which is one of the fundraising products at PT. Bank Aceh Syariah Langsa branch. This study aims to determine: How is the marketing strategy of the Seulanga savings product in attracting customers interest and how is the marketing strategy of the Seulanga saving product in an Islamic marketing perspective. The marketing mix carried out by the bank in attracting customers interest is by the existence of marketing strategy elements such as product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process. From the product strategy, the Seulanga savings offered by the Aceh bank really meet the needs of customers. From the pricing strategy, is is one of the most important aspects of whether or not a Seulanga savings product sells. From the location strategy, PT. Bank Aceh Syariah Langsa Branch is very easy to reach, because it is located in the urban center. From the promotional strategy, banks promote savings product over and over, either directly or indirectly. From the people strategy, employees provide the best service for customers, so that customers are interested in using recurring savings products. From the physical evidence strategy, the brochures offered are very attractive to customers, starting with the Aceh bank logo, and with attractive prizes. From the process strategy, opening a savings account over and over again uses a fast mechanism. Furthermore, the marketing strategy of Seulanga savings products in an Islamic marketing perspective, that the reward program in PT. Bank Aceh Syariah is a gift that is non-binding and aims to make customers loyal to the Aceh bank and is legal as long it does not conflict with the fatwa.

Keywords : *Customer Interests, Seulanga Savings Products, Marketing Strategies*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang senantiasa mencurahkan dan melimpahkan kasih sayang-Nya kepada hamba-Nya dan dengan hidayah-Nya jugalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam tak lupa pula kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW. yang merupakan *Rahmatan Lil Alaminyang* mengeluarkan manusia dari zaman jahiliyah, menuju zaman peradaban yang islami. Semoga jalan yang dirintis beliau tetap menjadi penerang bagi perjalanan hidup umat manusia, sehingga ia selamat dunia akhirat. Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)”, tulisan ini menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri Langsa.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran penuh, dalam penulisan skripsi ini terdapat berbagai kendala yang dihadapi penulis. Akan tetapi atas izin Allah SWT., dan bantuan serta doa dari semua pihak, maka semua kendala yang dihadapi penulis dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, M.A., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.C.L., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fahriansyah, Lc., M.A., selaku Ketua Jurusan dan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Drs. Junaidi, M.Ed., M.A., selaku pembimbing I dan Ibu Nanda Safarida, M.E., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membimbing dan memberikan pengarahan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.

6. Bapak Lukman Hakim selaku Pimpinan PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa beserta para karyawan yang telah meluangkan waktu dalam memberikan informasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ayahanda tercinta Mansur Musa (alm), Ibunda Malawati, kakak Nurmala Dewi, Adik Fachrul Razi. Terima kasih telah memberikan semangat, dorongan, pengorbanan, kasih sayang, dukungan moril maupun material, serta untaian doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
8. Kepada teman-teman terima kasih atas semangat dan doa untuk kebersamaan kita yang luar biasa, semoga silaturahmi kita tetap terjalin dengan baik.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari masih banyak kelemahan baik dari segi isi maupun tata bahasa, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam rangka memperkaya khazanah keilmuan dan dapat memberikan sumbangsih akademik serta bisa menjadi sumber referensi bagi pembaca.

Akhirnya harapan penulis kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Amin yaa Rabbal 'alamin...*

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Langsa, 23 Juli 2021

Penulis

Fitri Handayani

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es(dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet(dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es(dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De(dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te(dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet(dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik(diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berpagabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
َـِ	fathah dan ya	Ai	a dan i
َـُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Žakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َـِ / َـَا	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
َـِـِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
َـِـُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla	= قَالَ
Ramā	= رَمَى
Qīla	= قِيلَ
Yaqūlu	= يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	= رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-Madīnah al-Munawwarah	= الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
Ṭalḥah	= طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

Rabbana	= رَبَّنَا
Nazzala	= نَزَّلَ
al-Birr	= الْبِرُّ
al-Hajj	= الْحَجُّ
Nu'imma	= نَعْمَ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ل/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	= الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	= السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	= الشَّمْسُ
al-Qalamu	= الْقَلَمُ
al-Badī'u	= الْبَدِيعُ
al-Jalālu	= الْجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata.

Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn	=	وَإِنَّا لِلَّهِمْ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn	=	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	=	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ
Ibrāhīm al-Khalīl	=	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Ibrāhīm al-Khalīl	=	أُمِرْتُ
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	=	أَكَلَ
Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā	=	وَاللَّهِ عَلَانَا سِحْبُ الْبَيْتِ مَنَاسِطًا عَالِيَهُ سَبِيلًا

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti

apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

Wa mā Muhammadun illa rasūl	= وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan	= إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīh al- Qur'an	= شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn	= وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ
Alhamdu lillāhi rabb al-'ālamīn	= الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Naşrun minallāhi wa fathun qarīb	= نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ
Lillāhi al-amru jamī'an	= لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا
Lillāhil-amru jamī'an	= لِلَّهِ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ
Wallāhu bikulli syaiin 'alīm	

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi iniperlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	vviii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4 Penjelasan Istilah	12
1.5 Kerangka Teori	14
1.6 Kajian Terdahulu	14
1.7 Metode Penelitian	18
1.8 Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	25
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran	25
2.1.1 Pengertian Strategi.....	25
2.1.2 Pengertian Pemasaran.....	26
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	28
2.1.4 Strategi Pemasaran Islam.....	29
2.2 Produk Tabungan Seulanga	25
2.2.1 Pengertian Tabungan Seulanga	25
2.3 Akad <i>Mudharabah</i> Pada Perbankan Syariah.....	37

2.3.1 Pengertian Akad <i>Mudharabah</i>	37
2.3.2 Jenis-jenis Akad <i>Mudharabah</i>	40
2.3.3 Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i>	41
2.4 Minat Menabung.....	42
2.4.1 Pengertian Minat.....	42
2.4.2 Faktor Yang Memengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah	43
BAB III HASIL PENELITIAN	46
3.1 Profil Umum PT. Bank Aceh Syariah	46
3.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah	46
3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Aceh Syariah.....	51
3.1.3 Struktur Organisasi PT Bank Aceh Cabang Langsa	52
3.1.4 Produk Penghimpunan Dana pada PT. Bank Aceh Syariah.....	52
3.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Menarik Minat Nasabah.....	56
3.3 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Perspektif Pemasaran Islam	63
BAB IV PENUTUP	66
4.1 Kesimpulan.....	66
4.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Produk Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah	7
Tabel 1.2 Pertumbuhan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa.....	8
Tabel 1.3 Kerangka Teori.....	14
Tabel 1.4 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 1.5 Informan & Responden	14
Tabel 2.1 Jumlah Poin dan Hadiah Pada Produk Tabungan Seulanga.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi	53
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Pertanyaan	72
2. Rekap Jawaban Informan dan Responden.....	74
3. Foto Dokumentasi	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk menghadapi ketatnya persaingan dalam industri perbankan, maka harus dilakukan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabah suatu bank. Peningkatan kualitas pelayanan sangat diperlukan baik itu dari pengembangan sumber daya manusia dan pelayanan teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Perbankan adalah salah satu lembaga keuangan yang memberikan jasa layanan keuangan dan berfungsi menjadi mediator antara masyarakat yang kelebihan dana dan masyarakat yang kekurangan dana. Dalam fungsinya sebagai mediator, bank bertugas mengelola dana yang dititipkan oleh masyarakat untuk disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan pendanaan.¹

Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan setiap produk yang di tawarkan. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Banyak bank menawarkan produknya, baik produk baru atau suatu pengembangan dari produk lama. Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu.

¹ Yusak Laksamana, *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), h. 2.

Produk dan stimulus bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat, dapat mendorong masyarakat untuk membuat keputusan menabung. Dengan demikian, penting bagi bank untuk menjaga dan mengembangkan produk/jasa, proses, dan aspek lain yang memengaruhi masyarakat sebagai pembuat keputusan.

Tingginya tingkat persaingan antar bank disebabkan karena banyaknya produk unggul yang diciptakan oleh masing-masing bank, sehingga setiap bank memerlukan strategi pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.² Dalam melakukan pemasaran, strategi yang digunakan oleh bank biasanya berlandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix*. Untuk menghasilkan pemasaran yang baik unsur-unsur *marketing mix* harus diperhatikan dan perlu rencana pemasaran yang baik juga. Dimana rencana pemasaran adalah meliputi strategi pemasaran, menetapkan target pasar dan bagaimana memosisikan nilai yang ditawarkan berdasarkan analisis peluang pasar dan taktik rencana pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang atau SDM, kemasan, proses.³

Setiap elemen dalam bauran pemasaran membutuhkan strategi tersendiri namun akan tetap terkait dengan elemen yang lainnya. Produk (*product*) ialah sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Harga (*price*) ialah salah satu aspek terpenting dalam kegiatan pemasaran,

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h. 5.

³ Setyo Sudrajat, *Manajemen Pemasaran Bank* (Jakarta: Info Bank, 1994), h. 116.

mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa dalam perbankan. Lokasi (*place*) ialah lokasi yang ditentukan bagi perusahaan. Promosi (*promotion*) ialah kegiatan strategi pemasaran yang mana setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal produk dalam perbankan tersebut. Orang atau SDM (*people*) ialah dimana menempatkan beberapa orang pada posisi yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian dari masing-masing SDM. Karyawan yang memiliki pengalaman yang banyak dapat memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan dalam menarik minat nasabah. Kemasan atau tampilan fisik (*physical evidence*) ialah kemasan atau tampilan fisik yang menarik dapat meningkatkan faktor penjualan produk pada suatu perusahaan. Proses (*process*) ialah prosedur atau mekanisme yang diupayakan suatu perusahaan agar produk itu bisa dinikmati oleh nasabah.⁴

Produk merupakan salah satu strategi bank untuk memperoleh nasabah. Produk-produk tabungan yang ditawarkan oleh masing-masing bank semakin bertambah seiring dengan banyaknya jumlah lembaga perbankan yang ada, sehingga masyarakat harus mengenali kebutuhan dan seluk-beluk produk yang ditawarkan dengan lebih baik. Pemahaman dan pengetahuan nasabah penyimpan mengenai produk sangat penting, karena pengetahuan merupakan dasar keputusan nasabah sebagai konsumen bank.

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga

⁴ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 171.

sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan, ciri-ciri produk, saluran, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya.⁵

Penentuan lokasi merupakan salah satu kebijakan bank yang sangat penting. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa terletak pada lokasi yang strategis dengan upaya memudahkan nasabah dan berada di daerah yang komersil. Hal ini merupakan salah satu kekuatan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa untuk dengan mudah memasarkan produknya karena Bank tersebut berada di lokasi yang padat akan penduduk, berada dalam wilayah perkantoran, pasar dan mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di lokasi tersebut.

Strategi promosi yang dilakukan bank merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan Bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Dengan Bank membuat promosi, maka masyarakat akan lebih mengenal produk yang ditawarkan kepada nasabah. Dengan logo yang bagus, label yang menarik, dan dengan kemasan yang baik akan lebih cepat menarik perhatian nasabah.⁶

⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas Jilid 2 (Jakarta: Gramedia, 2005), h. 139.

⁶*Ibid.*, h. 141.

Salah satu pengelolaan paling penting dalam dunia perbankan selain pemasaran bank adalah sumber daya manusia (SDM). Hal ini disebabkan sumber daya manusia merupakan tulang punggung dalam menjalankan roda kegiatan operasional suatu bank. Maka untuk itu, penyediaan sumber daya manusia (bank) harus disiapkan sedini mungkin.⁷ Dan tak hanya itu, sumber daya manusia yang dimiliki oleh bank haruslah memiliki kemampuan dalam menjalankan setiap transaksi perbankan, mengingat faktor pelayanan yang diberikan oleh para karyawan ini sangat menentukan sukses atau tidaknya bank. Kemampuan yang telah dimiliki harus tetap diasah secara terus-menerus baik melalui pengalaman kerja maupun pelatihan dan pengembangan terhadap karyawan.

Kemasan atau tampilan fisik merupakan lingkungan perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa untuk konsumen berinteraksi, dan ditambah dengan unsur *tagline* apa saja yang digunakan dalam mengkomunikasikan atau mendukung peranan dalam pemasaran jasa tersebut. seperti adanya logo, simbol perusahaan, seragam pada karyawan, kartu nama, fasilitas yang dimiliki.⁸ Dengan adanya tampilan fisik tersebut maka nasabah bisa mengetahui akan keberadaan suatu lembaga tersebut atau nasabah datang ke kantor akan merasa nyaman dan betah, dan juga bisa dilihat dari lingkungan yang bersih, parkir yang rapi, serta penampilan para karyawan yang rapi dan sopan akan menunjukkan kompetensi mereka dibidangnya masing-masing, dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

⁷*Ibid.*, h. 142.

⁸*Ibid.*, h. 145.

Elemen yang terakhir dalam pemasaran adalah proses. Maksud dari proses disini adalah prosedur, mekanisme, dan alur yang diterapkan oleh konsumen untuk menggunakan produk tersebut. jadi elemen ini merupakan pengalaman konsumen mulai dari awal pengenalan produk hingga proses pembelian produk.⁹ Dalam menerapkan proses pemasaran sangatlah penting untuk menjaga konsistensi dalam melakukan promosi produk kepada customer secara luas. Ketujuh elemen penting ada bauran pemasaran jasa semestinya dapat dimaksimalkan pelaksanaannya, seperti halnya dilakukan pada salah satu produk perbankan yaitu tabungan seulanga.

Tabungan merupakan pendapatan yang tidak dibelanjakan atau tidak digunakan untuk konsumsi dan simpanan yang penarikannya tidak dapat dengan cek. Tabungan merupakan sarana penting dimasa yang akan datang. Setiap bank memiliki produk tabungan unggulan tersendiri yang ditawarkan kepada masyarakat baik bank yang berbasis konvensional maupun bank yang berbasis syariah.¹⁰

Produk tabungan Seulanga merupakan produk salah satu andalan PT. Bank Aceh Syariah. Produk tabungan Seulanga menghadirkan berbagai macam hadiah yang disediakan oleh Bank dalam bentuk barang dan dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah dikumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah.¹¹ Tabungan seulanga menggunakan akad

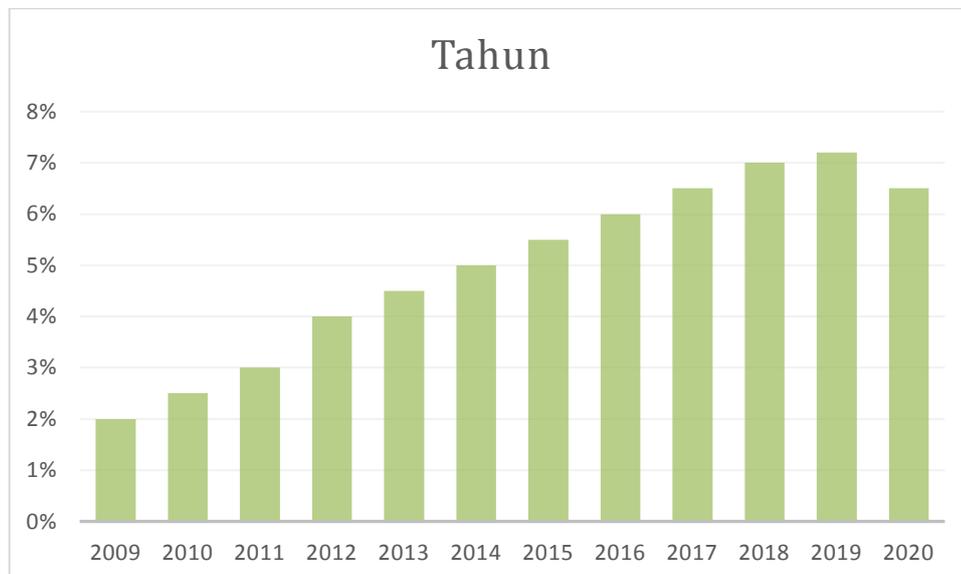
⁹*Ibid.*, h. 147.

¹⁰Veithzal Rizai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 716.

¹¹ Brosur Bank Aceh Syariah

mudharabah dalam pelaksanaannya dan merupakan salah satu konsep penyelenggaraan tabungan dalam perbankan menurut syariah Islam. *Mudharabah* adalah kerjasama antara dua pihak dimana pihak pertama menyerahkan harta kepada pihak kedua untuk digunakan dalam suatu usaha, dimana pihak yang disertai uang tersebut berhak memperoleh sebagian dari keuntungan harta itu dengan cara bagi hasil yang telah disepakati oleh kedua belah pihak tersebut.

Tabel: 1.1
Pertumbuhan Produk Tabungan Seulanga Bank Aceh Syariah



Sumber: Annual Report Bank Aceh Syariah, data diolah

Berdasarkan grafik diatas produk tabungan seulanga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Mulai dari adanya produk tabungan seulanga pada tahun 2009 sampai dengan tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah nasabah. Akan tetapi pada tahun 2020, produk tabungan mengalami penurunan dikarenakan adanya Covid-19. Dimana keinginan nasabah untuk menabung menjadi berkurang.

PT. Bank Aceh Syariah Langsa adalah salah satu cabang yang juga menjadikan produk tabungan Seulanga sebagai salah satu produk unggulan Bank tersebut. Produk tabungan yang ditawarkan dalam bentuk bonus dan hadiah melalui pengumpulan poin ini diperhitungkan mampu mempengaruhi minat nasabah untuk meningkatkan jumlah simpanan. Produk tabungan Seulanga pada Bank Aceh Syariah Cabang Langsa juga mengalami peningkatan dalam hal jumlah nasabah selama 5 tahun terakhir. Pada tahun 2016 jumlah nasabah menabung pada produk tabungan Seulanga sebanyak 43 orang, pada tahun 2017 sebanyak 56 orang, pada tahun 2018 sebanyak 67 orang, pada tahun 2019 sebanyak 74 orang, dan pada tahun 2020 sebanyak 81 orang.

Tabel: 1.2
Pertumbuhan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa

TAHUN	JUMLAH NASABAH
2016	43
2017	56
2018	67
2019	74
2020	81

Sumber: PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa

Jika dilihat dari skema produk tabungan yang ditawarkan PT. Bank Aceh Syariah, produk tabungan dengan skema yang hampir sama juga ditawarkan oleh bank Muamalat dengan nama Tabungan Prima Berhadiah (TPB) yang juga menggunakan akad *mudharabah*. Strategi pemasaran yang dilakukan pada tabungan prima berhadiah menggunakan 4P, *product, price, promotions, place*. Keunggulan tabungan Muamalat Prima adalah tabungan prioritas yang di desain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil yang tinggi bahkan setara dengan

deposito. Program tabungan prima berhadiah merupakan pemberian hadiah langsung berdasarkan komitmen yang telah disepakati diawal perjanjian. Dan dalam program tabungan prima berhadiah nasabah setuju bahwa saldo akan diblokir selama jangka waktu satu bulan. Menurut annual report of Bank Muamalat Indonesia jumlah nasabah yang menabung pada produk Tabungan Prima berhadiah tahun 2016 sebanyak 567 orang, tahun 2017 sebanyak 659, tahun 2018 sebanyak 675, tahun 2019 sebanyak 660, dan pada tahun 2020 sebanyak 643.¹²Strategi yang dilakukan adalah dengan pendekatan *above the line* yang kemudian dimiliki kurang efektif, karena pendekatan *above the line* dipandang lebih mengarah untuk produk masal (*mass product*). Dibandingkan dengan produk tabungan prima berhadiah oleh Bank Muamalat, produk tabungan seulanga oleh Bank Aceh lebih konsisten. Hal ini diduga karena peningkatan jumlah nasabah Bank Aceh Langsa berupaya maksimal dalam pemerataan strategi pemasaran.

Bank perlu meningkatkan minat nasabah untuk memakai produk tabungan seulanga yang mana bank merupakan bentuk perusahaan yang berorientasi pada kepercayaan nasabah dalam mencari keuntungan. Tanpa kepercayaan dari nasabah, bank tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk dipercaya oleh nasabah. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud bank

¹²<https://www.bankmuamalat.co.id/>, diakses tanggal 11 Juni 2021.

sebagai pemegang amanah dari nasabah, pemilik dan masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.¹³

Menurut Howard kepercayaan dan minat merupakan tingkat kepastian konsumen yang menyatakan keyakinan dan penilaiannya terhadap suatu produk yang dinilai benar atau tidak benar, disukai atau tidak disukai dan dibutuhkan atau tidak dibutuhkan. Dan melalui proses pembelajaran terhadap suatu produk, maka seseorang dapat memperoleh kepercayaan dan sikap terhadap produk tersebut, yang mana pada akhirnya dapat mempengaruhi minat membeli.¹⁴Minat (*interest*) berarti kecenderungan atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat bukan istilah yang populer karena ketergantungannya pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.¹⁵ Rangsangan yang diberikan oleh Bank untuk menarik minat menabung masyarakat terbatas pada rangsangan yang hasilnya dapat dirasakan langsung oleh nasabah. Minat (*interest*) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli, minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap pembelian. Adanya hubungan positif antara kepercayaan dengan minat, maka semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap suatu produk akan berpengaruh terhadap tingginya minat menabung.¹⁶

¹³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 5.

¹⁴ Supriyono, "Kepercayaan dan Minat Beli Di Sub Forum Jual Beli", *Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis* vol. 10, no 2, h. 78.

¹⁵ Anton M. Moeliono, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) h. 225.

¹⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011) h. 141.

Dengan demikian, berdasarkan uraian-uraian di atas peneliti tertarik mengkaji lebih dalam mengenai *“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)”*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam menarik minat nasabah?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam pespektif pemasaran Islam?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan seulangadalam menarik minat nasabah.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan seulanga dalam perspektif pemasaran Islam?

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka manfaatpenelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan PT. Bank Aceh Syariah dalam menentukan produk yang ditawarkan kepada para nasabah.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai produk tabungan sebulan terhadap poin hadiah dalam menarik minat nasabah. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dan menambah wawasan peneliti.

3. Bagi Akademisi

Dari penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam pengembangan ilmu dalam Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, dan menjadi acuan bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.4 Penjelasan Istilah

1. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran adalah: rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.¹⁷

¹⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007). h. 168-169.

2. Tabungan Seulanga

Tabungan Seulanga adalah: produk tabungan Bank Aceh. Memiliki keunggulan dengan nisbah progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).¹⁸

3. Minat nasabah

Minat nasabah adalah: suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap barang, benda atau dapat juga dikatakan dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dengan praktik. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap suatu tentu disertai dengan minat.¹⁹

4. Hadiah

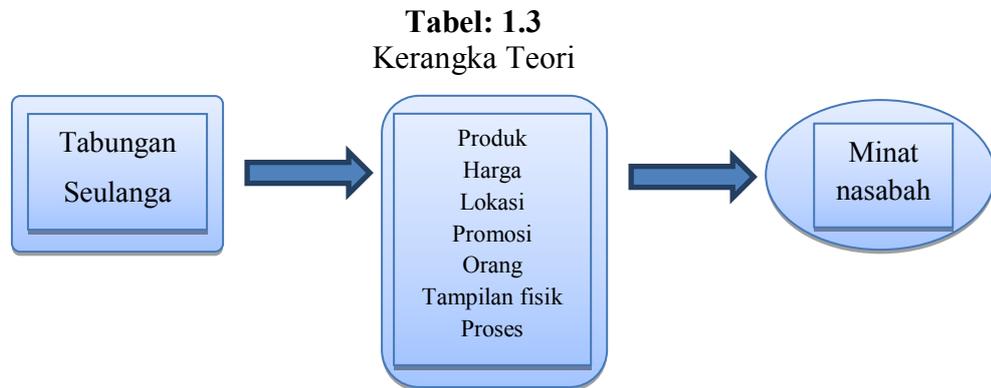
Hadiah adalah sesuatu yang diinginkan oleh seseorang dengan cara memperoleh hadiah dari suatu prestasi dengan cara mengundi atau secara acak dan bersifat untung-untungan. Dimana undian itu biasanya dilakukan dengan cara bertujuan untuk mengumpulkan dana atau propaganda peningkatan pemasaran. Sedangkan menurut istilah undian berhadiah adalah penarikan hadiah baik barang atau uang atas syarat-syarat tertentu yang ditetapkan sebelumnya.²⁰

¹⁸<http://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 10 Juni 2021.

¹⁹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), h. 151.

²⁰ Philip Kotler dan Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Macana Jaya Cemerlang, 2008). h. 56

1.5 Kerangka Teori



1.6 Kajian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti sebagai berikut :

Tabel: 1.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Nadia Melva Fitri (2019)	<i>Pengaruh Produk Tabungan Seulanga dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah</i>	Penelitian kuantitatif (<i>quantitative methods</i>) dengan menggunakan analisis regresi berganda.	Sama-sama ingin meneliti tentang produk tabungan seulanga	Dalam objek penelitian. Lokasi penelitian. Metode penelitian	Produk tabungan seulanga dan kepercayaan mengalami kenaikan sehingga minat nasabah menabung pasca

						konversi.
2.	Midawiah (2012)	<i>Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar</i>	Penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan Syar'i dan pengumpulan data <i>library research</i> dan <i>field research</i> .	Sama-sama menggunakan strategi pemasaran	Lokasi penelitian. Metode penelitian. Meneliti produk tabungan haji	Perkembangan nasabah dalam menabung pada tabungan haji meningkat dari tahun ke tahun.
3.	Juwita Sari (2018)	<i>Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Siaga Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan</i>	Menggunakan metode <i>field research</i> dan <i>library research</i> .	Sama-sama menggunakan strategi pemasaran	Lokasi penelitian. Metode penelitian. Meneliti produk tabungan siaga iB	Berdasarkan hasil penelitian strategi pemasaran produk tabungan iB siaga menggunakan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, serta strategi promosi.
4.	Eko Arianto Wibowo (2015)	<i>Strategi Pemasaran Produk Tabungan Berjangka Pada Bank</i>	Menggunakan metode diskriptif kualitatif.	Sama-sama menggunakan strategi pemasaran	Lokasi penelitian. Metode penelitian.	Berdasarkan hasil penelitian produk

		<i>Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ciputat</i>			Meneliti produk tabungan berjangka	tabungan berjangka menggunakan unsur bauran pemasaran 4P meliputi produk, harga, lokasi, dan promosi.
5.	Catur Susminah (2017)	<i>Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto.</i>	Penelitian kualitatif dengan menggunakan penelitian lapangan (<i>field research</i>).	Sama-sama menggunakan strategi pemasaran	Lokasi penelitian. Metode penelitian. Meneliti produk pembiayaan cicil emas.	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa BSM menggunakan STP (<i>segmentation, targeting, positioning</i>) dengan bauran pemasaran produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik,

						dan proses pada produk pembiayaan cicil emas.
6.	Hamdan Supriono (2017)	<i>Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas PT Pegadaian (PERSERO) Cabang Syariah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)</i>	Penelitian lapangan (<i>field research</i>) dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.	Sama-sama menggunakan strategi pemasaran.	Lokasi penelitian. Metode penelitian. Meneliti produk tabungan emas di pegadaian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran produk tabungan emas dari diferensiasi dalam memberikan pelayanan dan informasi cukup memuaskan untuk sasaran dan nasabah produk tabungan emas.

1.7 Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.²¹ Peneliti menggunakan pendekatan secara kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala/suatu masyarakat tertentu.²²

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah tempat yang mencakup wilayah penelitian dan yang akan menjadi tempat penelitian ini adalah di PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa. Waktu penelitian dimulai pada bulan Februari hingga Juli 2021.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian terdiri dari informan dan responden penelitian. Informan adalah subyek penelitian tidak langsung yang menjadi sumber informasi yang kemudian mengarahkan peneliti kepada responden penelitian. Sedangkan responden penelitian adalah subyek penelitian yang menjadi

²¹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), h. 6.

²²Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004), h. 104.

sumber informasi secara langsung.²³ Ukuran responden ditentukan atas dasar teori kejenuhan dimana titik jenuh berada pada saat data baru tidak lagi memberi tambahan informasi wawasan terhadap pertanyaan penelitian.

Tabel: 1.5
Informan & Responden

No	Nama	Keterangan
1	M. Safri Antoni	Pakar Perbankan
2	Nazariah	Karyawan Bank
3	Wagirah	Nasabah Tabungan Seulanga
4	Aisyah	Nasabah Tabungan Seulanga
5	Baharuddin	Nasabah Tabungan Seulanga
6	Isa	Nasabah Tabungan Seulanga
7	Nasrul	Nasabah Tabungan Seulanga
8	Rasnida	Nasabah Tabungan Seulanga
9	Neni	Nasabah Tabungan Seulanga

Sumber: Hasil Penelitian

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data untuk kepentingan penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai macam metode. Berikut metode yang digunakan:

a. Observasi

Metode ini adalah proses langsung mengamati subjek dan objek penelitian secara langsung. Dengan metode ini peneliti melihat serta mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku serta kejadian yang telah terjadi sebenarnya.²⁴

Pada dasarnya, melalui metode ini memungkinkan peneliti merasakan apa yang dirasakan oleh objek penelitian pada waktu itu

²³ Komaruddin dan Yooke Tjupaman, *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*, cet. 5 (Jakarta: Bumi Aksara, 2014). h. 197 & 229.

²⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), h. 91.

sehingga tidak menutup kemungkinan apabila peneliti menjadi sumber data. Memungkinkan pembentukan pengetahuan yang diketahui bersama baik dari pihaknya maupun dari pihak subjek.

b. Wawancara

Wawancara yang digunakan yaitu wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Wawancara juga merupakan suatu memperoleh keterangan tentang orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan dan kerisauan.²⁵

c. Dokumentasi

Dokumentasi berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, catatan kasus, rekaman kaset, rekaman video, foto dan lain sebagainya.²⁶ Dokumentasi dalam hal ini penulis lakukan dengan menelaah buku-buku yang ada kaitannya dengan penelitian yang penulis lakukan.

5. Teknik Keabsahan Data

Dengan melihat pemahaman dalam pengumpulan data sebelumnya yang memperhatikan keragaman sumber data dan teori yang dikumpulkan maka dalam memenuhi keabsahan data penelitian ini menggunakan strategi triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan kebenaran data

²⁵ Sukandarrumidi, *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*,, h. 69.

²⁶ *Ibid*, h. 101.

sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh. Jenis triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi metode, triangulasi sumber data, triangulasi teori.²⁷

a. Triangulasi metode

Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Sebagaimana yang dikenal dalam penelitian kualitatif, peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Melalui beberapa perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Maka, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

b. Triangulasi sumber data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber pengelolaan data. Misalnya, selalui melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi, gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda mengenai fenomena yang diteliti.

²⁷ Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013), h. 76.

c. Triangulasi teori

Triangulasi teori adalah penjelasan banding (*rival explanation*). Hasil akhir penelitian berupa sebuah rumusan informasi yang selanjutnya dibanding dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen dalam buku yang dikarang oleh Burhan Bugin analisis data merupakan pekerjaan mengolah data dan menata data, membaginya menjadi satu-satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang akan dilaporkan peneliti, apa yang ditemukannya kepada pihak atau orang lain.²⁸ Dalam penelitian ini, peneliti memproses analisis data melalui tiga proses yaitu: reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mengubah segala bentuk data hasil penelitian menjadi bentuk tulisan dengan menanamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengkoordinasikan sedemikian rupa hingga kesimpulan akhir dapat ditarik dan diverifikasikan.

²⁸ M Burhan Bungin, *Analisis Data Kualitatif*, 2008, h. 89.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dapat dipergunakan untuk melihat gambaran keseluruhan hasil penelitian, baik yang berdasarkan matriks maupun pengkodean dari hasil reduksi data dan penyajian data itulah selanjutnya penelitian dapat menarik kesimpulan data. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisir, tersusun dalam pola hubungan, sehingga semakin mudah dipahami dan merencanakan kerja penelitian selanjutnya. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki arti tertentu. Prosesnya dapat dilakukan dengan cara menampilkan data, membuat hubungan antara fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindak lanjuti untuk mencapai tinjauan penelitian. Penyajian data yang baik merupakan satu langkah penting menuju tercapainya analisis kualitatif yang valid.

c. Penarikan Kesimpulan

Setelah data terkumpul cukup memadai, maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara dan setelah data benar-benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir.

1.8 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun sebagai acuan dalam berfikir sistematis, adapun rancangan sistematika pembahasan skripsi ini sebagai berikut:

1. Bab Pertama, merupakan pendahuluan yang berisi dari beberapa sub bab yaitu tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, kerangka teori, kajian terdahulu, metode penelitian, sistematika pembahasan.
2. Bab kedua, menguraikan landasan teoritis yang akan digunakan sebagai dasar untuk membahas hasil penelitian. Landasan teoritis terdiri dari beberapa sub bab yaitu, dalam bab ini dibahas tentang, pengertian strategi pemasaran, minat menabung.
3. Bab ketiga, merupakan hasil penelitian yang berisi terdiri dari beberapa sub bab yaitu tentang, gambaran umum lokasi penelitian, paparan dan temuan serta diakhiri dengan analisis penulis.
4. Bab keempat, merupakan penutup, pada bab ini dipaparkan mengenai kesimpulan dan saran-saran yang dipandang perlu.

BAB II KAJIAN TEORITIS

2.1 Pengertian Strategi Pemasaran

2.1.1 Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu siasat perang: Siasat atau akal untuk mencapai sesuatu maksud dan tujuan yang telah direncanakan. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Strategi didefinisikan sebagai “suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai”.²⁹

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* yang diambil dari kata *staros* yang berarti militer dan *Agyang* berarti memimpin. Pada awalnya strategi (*strategy*). Konteks awalnya, penggunaan konsep strategi digunakan dalam dunia militer. Sejalan dengan perkembangan zaman, strategi digunakan untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial budaya dan agama.³⁰

Menurut *Stoner, freeman* dan *Gilbert Jr*, konsep strategi dibedakan menjadi dua perspektif yaitu: (1) dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*), dan (2) dari perspektif apa yang akhirnya organisasi lakukan (*eventually does*). Berdasarkan dari perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu program yang mana untuk menentukan dan mencapai

²⁹ Malcom H.B Mc Donald, *Rencana Pemasaran*, (Jakarta: Arcan, 2001), h. 71.

³⁰ Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Penerbit Erlanggsa, 2009), h. 69.

suatu tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Yang mana para menejer sangat memainkan peranannya yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Sedangkan perspektif yang kedua, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu pola tanggapan atau respon terhadap lingkungannya sepanjang waktu, yang mana setiap organisasi tentunya pasti memiliki strategi termasuk di bidang pemasaran dalam sebuah bisnis perusahaan.³¹

Yang dimaksud dengan strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah ke pengembangan rencana marketing yang terperinci. Strategi ini mengkhhususkan diri pada arah yang dituju dan sepenuhnya saling mendukung realistik dan dapat dituangkan ke dalam rencana pemasaran yang jelas. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa di dalam strategi salah satu cara atau taktik yang direncanakan dengan tingkat kematangan yang tinggi untuk mencapai sebuah target atau tujuan secara efektif. Strategi dibedakan dengan taktik yang memiliki ruang lingkup yang lebih sempit dan waktu yang lebih singkat.

2.1.2 Pengertian Pemasaran

Kata pemasaran sering terdengar dalam kehidupan sehari-hari. Pemasaran adalah sebagai sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau value dengan pihak lainnya. Pemasaran juga dapat diartikan usaha untuk menyediakan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang dengan promosi dan komunikasi

³¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 834.

yang tepat. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.³²

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa perusahaan mampu menjangkau konsumen dengan berkomunikasi dua arah dengan kehadiran media sosial di tengah masyarakat, yang dinamakan dengan *customer managed relationship*. Yang mana dapat diartikan hubungan pemasaran yang dapat memungkinkan konsumen berkomunikasi atau dapat melihat hasil promosi perusahaan melalui media sosial sehingga konsumen dapat membentuk hubungan terhadap perusahaan sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualannya.³³

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa, pemasaran adalah proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada para konsumen dalam memuaskan pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Sedangkan tujuan dari pemasaran juga memberi kepuasan kepada pelanggan baru untuk mempertahankan dan menjanjikannya nilai superior.³⁴

Dalam dunia perusahaan kegiatan pemasaran sangat penting peranannya. Kesuksesan atau kegagalan perusahaan dapat menjadi kunci dari keberhasilan setiap usaha. Setiap perusahaan dapat berhasil memproduksi barang

³² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), h. 5.

³³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*, (Ciracas, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006), h. 28.

³⁴ O. Winardi, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Sinar Baru, 2001), h. 102.

dan jasa apabila perusahaan tersebut melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemenuhan dan keinginan konsumen.³⁵

2.1.3 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, *positioning*, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.³⁶

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam keberhasilan tujuan perusahaan, karena didalamnya berisi gambaran atau pedoman yang jelas dan terarah apa yang akan dilakukan dalam menggunakan kesempatan dan peluang pada beberapa pasar sasaran.

Elemen-elemen yang ada dalam strategi pemasaran adalah produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang atau SDM (*people*), kemasan atau tampilan fisik (*physical evidence*), proses (*process*). Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun akan tetap terkait dengan strategi elemen lainnya, seperti:³⁷

1. Produk (*product*) ialah dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

³⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), h. 205.

³⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jogyakarta: ANDI, 2002), h. 6.

³⁷ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 171.

2. Harga (*price*) ialah salah satu aspek terpenting dalam kegiatan marketing mix. Mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan.
3. Lokasi (*place*) ialah lokasi yang ditentukan bagi perusahaan.
4. Promosi (*promotion*) ialah kegiatan marketing mix setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung, tanpa promosi nasabah tidak akan mengenal produk bank.
5. Orang atau SDM (*people*) ialah dimana menempatkan beberapa orang pada posisi yang sesuai dengan kemampuan dan keahlian dari masing-masing SDM. Dan yang terpenting adalah memiliki pengalaman dan integritas yang baik. Karyawan yang memiliki pengalaman yang banyak dapat memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan.
6. Kemasan atau tampilan fisik (*physical evidence*) ialah kemasan yang menarik dapat meningkatkan faktor penjualan produk pada perusahaan. Pada umumnya, nasabah akan memperhatikan struktur dan tampilan yang telah dibuat. Dan selanjutnya, nasabah akan melihat isi dari produk tersebut.
7. Proses (*process*) ialah prosedur atau mekanisme yang diupayakan perusahaan agar produk itu bisa dinikmati oleh nasabah.

2.1.4 Strategi Pemasaran Islam

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Pemasaran syariah

dijalankan berdasarkan konsep keislaman yang telah diajarkan Nabi Muhammad SAW. Pemasaran sangat berperan dalam syariah diartikan perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Syariah berperan dalam pemasaran bermakna suatu pemahaman akan pentingnya nilai-nilai etika dan moralitas pada pemasaran, sehingga diharapkan perusahaan tidak serta-merta menjalankan bisnisnya demi keuntungan pribadi saja ia juga harus berusaha untuk menciptakan dan menawarkan bahkan dapat mengubah suatu *values* kepada *stakeholders* sehingga perusahaan tersebut dapat menjaga keseimbangan laju bisnisnya sehingga menjadi bisnis yang stabil dan berkelanjutan.³⁸

Islam mengarahkan mekanisme pasar berbasis moral, serta pemeliharaan keadilan sosial dalam bidang ekonomi, termasuk pengambilan keputusan dalam bidang saluran pemasaran. Rasulullah juga menegaskan kejujuran dan ketekunan sebagai dasar nilai dalam kegiatan ekonomi, termasuk saluran pemasaran. Adapun landasan-landasan di bidang saluran dalam Islam.³⁹

1. Tauhid

Tauhid merupakan konsep Ketuhanan Yang Maha Esa, berarti tidak ada yang wajib disembah selain Allah SWT. konsep ini menjadi dasar dalam segala sesuatu karena dari konsep tersebut manusia menjalankan fungsinya

³⁸ Bukhari Alma dan Donni Juni Proiansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 340.

³⁹ Veithzal Rizai Zainal, *et. al.*, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h. 461.

sebagai hamba, yang menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. dalam ayat berikut:

وَلَئِنْ سَأَلْتَهُمْ مَنْ خَلَقَ السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضَ لَيَقُوْلُنَّ اَللّٰهُ قُلْ اَفَرَاۤءَيْكُمْ مَّا تَدْعُوْنَ مِنْ دُوْنِ اَللّٰهِ اِنْ اَرَادَنِيَّ اَللّٰهُ بِضُرٍّ هَلْ هُنَّ كَاشِفٰتُ ضُرِّيْهِ اَوْ اَرَادَنِيَّ بِرَحْمَةٍ هَلْ هُنَّ مُمْسِكَتُ رَحْمَتِيْهِ قُلْ حَسْبِيَ اَللّٰهُ عَلَيْهِ يَتَوَكَّلُ الْمُتَوَكِّلُوْنَ ۝ ۳۸

Dan sungguh jika kamu bertanya kepada mereka: "Siapakah yang menciptakan langit dan bumi?", niscaya mereka menjawab: "Allah". Katakanlah: "Maka terangkanlah kepadaku tentang apa yang kamu seru selain Allah, jika Allah hendak mendatangkan kemudharatan kepadaku, apakah berhala-berhalamu itu dapat menghilangkan kemudharatan itu, atau jika Allah hendak memberi rahmat kepadaku, apakah mereka dapat menahan rahmat-Nya?. Katakanlah: "Cukuplah Allah bagiku". Kepada-Nya-lah bertawakkal orang-orang yang berserah diri. (QS. Az-Zumar (39): 38)⁴⁰

2. Adil

Adil berarti meletakkan sesuatu sesuai porsinya. Konsep keadilan harus diterapkan dalam mekanisme pasar terutama dalam saluran pemasaran, untuk menghindari perbuatan curang yang dapat mengakibatkan kezaliman. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. Dalam ayat berikut.

⁴⁰ Q.S Az-Zumar (39): 38.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۱ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

۳

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang,¹ (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (QS. Al-Muthaffifin (83): 1-3)⁴¹

3. Kejujuran

Islam sangat menganjurkan untuk berpegang teguh terhadap nilai-nilai kejujuran dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, termasuk dalam saluran pemasaran. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. Dalam ayat berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۷۰ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ

يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ۷۱

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar. (QS. Al-Ahzab (33): 70-71)⁴²

⁴¹ Q.S Al-Muthaffifin (83): 1-3.

⁴² Q.S Al-Ahzab (33): 70-71.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan pemasaran juga melakukan silaturahmi sesama manusia. menjaga silaturahmi sesama manusia adalah hal yang wajib. Karena dalam pemasaran tentunya akan bertemu dengan orang yang banyak, semakin banyak relasi yang dikenal akan semakin memperpanjang tali silaturahmi. Maka dari itu sebaiknya senantiasa untuk selalu menjaga tali silaturahmi sesama manusia.

Dalam ekonomi Islam yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridha Allah. Maka bentuk transaksinya menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT.⁴³ Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnisnya:

- *Shiddiq* (benar) dalam hal ini ketika berdagang Nabi Muhammad dikenal sebagai seorang pemasar yang sangat jujur dan benar dalam menjual produknya.
- *Amanah* (dapat dipercaya) ketika menjadi seorang pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan semua barang dagangan hal milik atasannya, yang mana baik itu berupa hasil penjualan.
- *Fathanah* (cerdas) sebagai seorang pebisnis harus memiliki kemampuan sesuatu dari sudut pandang yang berbeda. Akan muncul kreativitas, ide serta wawasan, yang mana pada akhirnya produk dan jasa yang dikeluarkan akan menjadi produk unggulan dan sempurna. Mana dengan begitu pelanggan pun akan menjadi senang.

⁴³Prof. DR. H. Idri, M. Ag, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: PT Kencana, 2015), h. 32.

- *Tabligh* (komunikatif) dalam hal ini Nabi Muhammad mempunyai marketing yang hebat, yang mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tetap dengan pemasaran yang baik.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran terdapat etika bisnis. Terdapat ada beberapa hal yang harus diperhatikan sebagai etika dalam pemasaran menurut Islam, yaitu:

1. Memiliki kepribadian yang baik (takwa) sehingga dalam melakukan suatu pemasaran tidak semata-mata untuk mencari kepetinga sendiri melainkan untuk menolong sesama. Yang mana pemasaran dilakukan dalam rangka untuk melakukan kebajikan dan ketakwaan kepada Allah SWT.
2. Berlaku adil dalam berbisnis, sikap adil tersebut akan mendekatkan pelaku bisnis pada nilai ketakwaan.
3. Berkpribadian baik serta menghargai hak dan milik orang lain secara benar.
4. Melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmat*). Rendah hati dan perilaku lemah lembut sangat dianjurkan dalam Islam.
5. Selalu menepati janji dan tidak berlaku curang dalam hal pemasaran termasuk dalam penentuan kuantitas barang dan jasa.
6. Tidak suka berburuk sangka dan tidak menjelekkkan barang dagangan orang lain.
7. Tidak melakukan suap (*risywah*), yang mana dilarang dalam Islam.

8. Jujur dan terpercaya, yang mana tidak menukar barang yang baik dengan barang yang buruk.
9. Segala bentuk aktivitas ekonomi, baik itu dalam aktivitas pemasaran harus dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak.
10. Saling bekerja sama dengan tujuan memberikan manfaat dan menuju kesejahteraan bersama.⁴⁴

2.2 Produk Tabungan Seulanga

2.2.1 Pengertian Tabungan Seulanga

Tabungan Seulanga adalah produk tabungan pada bank Aceh Syariah dengan *tagline* “Seutuhnya Melayani Nanggroe”. Tabungan Seulanga memiliki keunggulan dengan nisbah *Progressive* dimana semakin saldo tabungan, maka semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian).

1. Prosedur Pembukaan Tabungan Seulanga:
 - a) Mengisi dan menandatangani formulir aplikasi permohonan pembukaan tabungan yang telah disediakan.
 - b) Kartu identitas diri seperti: KTP, SIM, dan Pasport.
 - c) Setoran awal minimal sebesar Rp 1.000.000,-.
2. Keunggulan Tabungan Seulanga:
 - a) Tabungan Seulanga merupakan sarana investasi yang sangat menarik dan menguntungkan.
 - b) Hadiah dapat ditukar kapan saja jika poin mencukupi.

⁴⁴ Ibid., h. 285.

- c) Mendapatkan poin dari setiap kelipatan saldo Rp. 1.000.000,- dan terakumulasi berdasarkan saldo terendah setiap bulannya.
- d) Perlindungan Asuransi Jiwa hingga Rp. 10.000.000,-.
- e) Mendapatkan langsung fasilitas kartu ATM Platinum.
- f) Penarikan dan penyetoran dapat dilakukan setiap saat di seluruh jaringan Kantor Bank Aceh secara Online.
- g) Penarikan ATM hingga Rp.10 Juta per hari.
- h) Layanan Transfer ATM antar Bank dalam jaringan ATM Bersama dan Prima hingga Rp. 25 Juta per hari.
- i) Layanan Transfer ATM antar rekening Bank Aceh hingga Rp. 50 Juta per hari.
- j) Berfungsi sebagai jaminan pembiayaan.
- k) Pajak penghasilan atas hadiah Tabungan Seulanga ditanggung nasabah.

Tabel: 2.1
Jumlah Poin dan Hadiah Pada Probuk Tabungan Seulanga

No	Jenis Hadiah	Jumlah Poin
1	Mobil Toyota Alphard 2,5 X A/T (OTR)	1.142.202
2	Mobil Mitsubishi Pajero Dakar (4x2) A/T (OTR)	668.022
3	Mobil Mitsubishi XPANDER CROSS A/T (OTR)	330.743
4	Paket Umrah	38.415
5	Sepeda Motor Yamaha NMAX Matic (OTR)	31.910
6	Sepeda Motor Honda Vario 125 CBS (OTR)	23.097

7	Iphone XR 64 GB	13.739
8	Hp Samsung Note 9 128 GB	11.345
9	AC Inverter 1 PK	6.176
10	Sepeda Gunung	5.786
11	TV Led 43"	4.254
12	Kulkas SHARP 2 Pintu	3.782
13	Dispenser (galon atas bawah)	3.529
14	Mesin Cuci Samsung 7 KG	3.309
15	Microwafe	1.891

Sumber: PT Bank Aceh Syariah

2.3 Akad *Mudharabah* Pada Perbankan Syariah

2.3.1 Pengertian Akad *Mudharabah*

Akad dalam bahasa Indonesia disebut perjanjian sedangkan dalam hukum ekonomi syariah disebut akad. Kata akad berasal dari kata *al-aqd* yang berarti mengikat, menyambung atau menghubungkan (*ar-rabt*). Akad (*al-aqd*), dalam pengertian bahasa Indonesia disebut kontrak, merupakan konsekuensi logis dari hubungan sosial dalam kehidupan manusia. akad sebagai suatu istilah dalam hukum ekonomi syariah merupakan pertemuan ijab yang diajukan oleh salah satu pihak dengan qabul dari pihak lain yang menimbulkan akibat hukum pada objek akad.⁴⁵

Menurut Undang-Undang republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 (13) tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa akad merupakan kesepakatan tertulis antara Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah dan pihak

⁴⁵ Isterno Evita, *Pembiayaan Mudharabah Dalam Sistem Perbankan Syariah* (Jakarta: Cintya Press, 2011), h. 26.

lainnya yang memuat adanya hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak sesuai dengan prinsip syariah. Akad dilakukan dalam berbagai hal yang salah satunya adalah pembiayaan dalam perbankan.⁴⁶

Asal kata *mudharabah* adalah *dharaba* yang memiliki arti beragam karena bergantung pada kata ikutannya. Akad *mudharabah* secara historis tidak bisa dilepaskan dari konsep *syirkah* karena *mudharabah* bagian dari *syirkah*. *Syirkah* merupakan perkongsian atau bentuk kerja sama usaha tertentu guna mendapatkan keuntungan (berorientasi pada *profit*).⁴⁷ Kerja sama usaha (*syirkah*) untuk mendapatkan keuntungan, secara umum dibedakan menjadi empat, salah satu *syirkah-mudharabah*, yaitu kerjasama usaha yang modal usahanya (*ra's al-mal*) disediakan oleh salah satu syarik, sedangkan syarik lainnya menyertakan keterampilan usaha/bisnis. Dengan demikian, akad *mudharabah* dalam pandangan sejumlah ulama merupakan bagian dari akad *syirkah*. Akad *mudharabah* merupakan akad kerjasama usaha yang dilakukan antara dua pihak atau lebih dengan modal usaha dari salah satu pihak (tanpa ikut serta dalam bisnis) dan keahlian usaha dari pihak lain (tanpa ikut dalam penyertaan modal). Kerjasama antara pemodal (*rabb al-mal/shahib al-mal*) dan pelaku usaha disebut *syirkah mudharabah*. Oleh karena itu, dalam kitab *Lisan al-'Arab* dijelaskan bahwa *syirkah mudharabah* adalah usaha bisnis yang dilakukan oleh pihak tertentu atas

⁴⁶ Muhammad, *Akuntansi Syariah Teori dan Praktik untuk Perbankan Syariah* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2013), h. 196.

⁴⁷ Jaih Mubarak, Hasanuddin, *Fiqh Mu'amalah Maliyyah Akad Syirkah dan Mudharabah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 158.

dasar modal dari milik pihak lain yang dilakukan berdasarkan kepercayaan (trust/amanah).⁴⁸

Mudharabah adalah akad yang telah dikenal oleh umat muslim sejak zaman nabi, bahkan telah dipraktikkan oleh bangsa arab sebelum turunnya Islam. Ketika Nabi Muhammad SAW berprofesi sebagai pedagang, ia melakukan akad *mudharabah* dengan Khadijah. Dengan demikian, bagi hukum Islam, maka praktik *mudharabah* ini diperbolehkan. Dalam praktik *mudharabah* antara Khadijah dan Nabi Muhammad SAW, saat itu Khadijah mempercayakan barang dagangannya untuk dijual oleh Nabi Muhammad SAW ke luar negeri. Dalam kasus ini Khadijah berperan sebagai pemilik modal (*shahibul maal*) dan Nabi Muhammad SAW berperan sebagai pelaksana usaha (*mudharib*). Bentuk kontrak antara dua pihak dimana satu pihak sebagai pemilik modal dan mempercayakan sejumlah modalnya untuk dikelola oleh pihak kedua, yakni si pelaksana usaha, dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan disebut akad *mudharabah*. Atau secara singkatnya, akad *mudharabah* adalah persetujuan kongsi antara harta dari satu pihak dengan kerja dari pihak lain.⁴⁹

Berdasarkan pengertian *mudharabah* dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *mudharabah* adalah suatu produk *financial syariah* yang berbasis kemitraan (*partnership*). Dari definisi tersebut dapat diketahui pula bahwa dalam *mudharabah* terdapat dua pihak yang berjanji melakukan kerja sama dalam suatu ikatan kemitraan. Pihak yang satu merupakan pihak yang

⁴⁸*Ibid*, h. 159.

⁴⁹ Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 205.

menyediakan dana untuk diinvestasikan ke dalam kerja sama kemitraan tersebut, yang disebut *shahib al-mal*, sedangkan pihak yang lain menyediakan pikiran, tenaga dan waktunya untuk mengelola usaha kerja sama tersebut disebut *mudharib*. Mereka bersepakat untuk membagi hasil usaha yang berupa keuntungan berdasarkan pembagian yang telah disepakati di awal perjanjian. Sedangkan dalam hal terjadinya kerugian dipikul seluruhnya oleh *shahib al-ma* dan *mudharib*.⁵⁰

Dari definisi diatas bahwa akad *mudharabah* merupakan suatu perjanjian kerja sama, dimana bank (*shahibul maal*) sebagai pemilik dana yang kemudian diserahkan kepada nasabah (*mudharib*) dengan tujuan agar dananya dijadikan sebagai modal dalam mengembangkan usaha dengan perjanjian dimana kedua belah pihak sepakati bersama.

2.3.2 Jenis-jenis Akad Mudharabah

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis: *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.

a. Mudharabah Mutlaqah

Mudharabah mutlaqah adalah akad dalam bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah

⁵⁰ Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 294.

bisnis.⁵¹ Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan, berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

b. *Mudharabah Muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan, jenis usaha, waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.⁵² Jenis *mudharabah* ini merupakan simpanan khusus dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank.

2.3.3 Rukun dan Syarat *Mudharabah*

Rukun dalam akad *mudharabah* menurut jumhur ulama yaitu:⁵³

- a. Dua orang yang melakukan akad (*al-aqidani*)
- b. Modal (*ma'qud 'alaih*)
- c. Ijab dan qabul (*sighat*)

⁵¹ Isretno, *Pembiayaan Mudharabah Dalam Sistem Perbankan Syariah*, h. 43.

⁵² Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 97.

⁵³ Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h. 39.

Syarat dalam akad *mudharabah* adalah:⁵⁴

- a. Yang terkait dengan orang yang melakukan akad, harus orang yang mengerti hukum dan cakap diangkat sebagai wakil, karena pada satu sisi posisi orang yang akan mengelola modal adalah wakil dari pemilik modal. Itulah sebabnya, syarat-syarat seorang wakil juga berlaku bagi pengelola modal dalam melakukan akad *mudharabah*.
- b. Yang terkait dengan modal, diisyaratkan antara lain berbentuk uang, jelas jumlahnya, tunai, diserahkan sepenuhnya kepada pedagang/pengelola modal. Oleh karena itu, jika modal itu berbentuk barang, menurut ulama fiqh tidak dibolehkan. Karena sulit untuk menentukan keuntungannya.
- c. Yang terkait dengan keuntungan, diisyaratkan bahwa pembagian keuntungan harus jelas dan bagian masing-masing diambilkan dari keuntungan dagang itu, seperti setengah, sepertiga, atau seperempat. Apabila pembagian keuntungan tidak jelas, menurut ulama Hanafiyah, akad itu *fasid* (rusak).

2.4 Minat Menabung

2.4.1 Pengertian Minat

Menurut Pandji, minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan ada kecenderungan untuk mencari objek tersebut.⁵⁵

⁵⁴ Nafan, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 117.

Minat merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atau 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.⁵⁶

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisi, sedang perasaan yang bersifat halus atau lebih tajam mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan itu dalam kondisi harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.

2.4.2 Faktor Yang Memengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah

1. Produk

Pengertian produk bagi konsumen selain merupakan benda yang mempunyai manfaat dan kegunaan juga merupakan suatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk di beli, digunakan atau di konsumsi

⁵⁵Tri Astuti, "Pengaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah" 2 (2013): h. 186.

⁵⁶ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 141.

yang dapat memenuhi suatu kegiatan atau kebutuhan.⁵⁷ Pengembangan sebuah produk menghasilkan perusahaan menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan produk itu. Manfaat ini dikomunikasikan dan hendaknya di penuhi oleh atribut produk.

2. Pendapatan

Harga adalah faktor utama yang harus ditentukan sebelum suatu produk di luncurkan ke pasar sasaran. Harga produk juga salah satu faktor penentu bagi permintaan pasar yang secara otomatis akan mempengaruhi volume penjualan. Jika harga produk tidak dapat di jangkau konsumen, maka target penjualan yang telah di tetapkan tidak tercapai. Harga menurut Umar adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau di tetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.⁵⁸

3. Informasi produk Bank Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut dari pada orang yang pasif mencari informasi. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa.

⁵⁷ Roni Adespa, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*”, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan Vol 2, No 1, 2017, h. 46.

⁵⁸*Ibid*, h. 46.

Seseorang yang mempunyai informasi tentang bank syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai bank syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di bank syariah lebih tinggi dari pada orang yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di bank syariah.⁵⁹

4. Lokasi (tempat)

Lokasi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran. Ada tiga aspek pokok yang berkaitan dengan keputusan-keputusan tentang distribusi, yakni: sistem transportasi perusahaan, sistem penyimpanan, dan pemilihan saluran distribusi.⁶⁰

5. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan merupakan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi, yang mencerminkan pelaksanaan kebijakan promosi dari perusahaan tersebut. kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut *promotion mix*. Dengan kegiatan promosi yang dilakukan, perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.⁶¹

⁵⁹*Ibid*, h. 46.

⁶⁰*Ibid*, h. 46.

⁶¹*Ibid*, h. 46.

BAB III HASIL PENELITIAN

3.1 Profil Umum PT. Bank Aceh Syariah

3.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000.⁶²

Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960, Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi. Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun

⁶²<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.⁶³

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.⁶⁴

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.⁶⁵

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No. 10 Tahun 1974, Perda No. 6 Tahun 1978, Perda No. 5 Tahun 1982, Perda No. 8

⁶³<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

⁶⁴<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

⁶⁵<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

Tahun 1988, Perda No. 3 Tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.⁶⁶

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.⁶⁷

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte

⁶⁶<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

⁶⁷<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 150 Milyar.⁶⁸

Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp 500 milyar. Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp 1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-444111.AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010. Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No.6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.⁶⁹

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan

⁶⁸<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

⁶⁹<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.⁷⁰

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perusahaan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89

⁷⁰<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.⁷¹

3.1.2 Visi dan Misi PT Bank Aceh Syariah

Visi

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam pelayanan di Indonesia”.⁷²

Misi

- Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
- Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi
- Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*)
- Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya
- Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.⁷³

⁷¹<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

⁷²<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

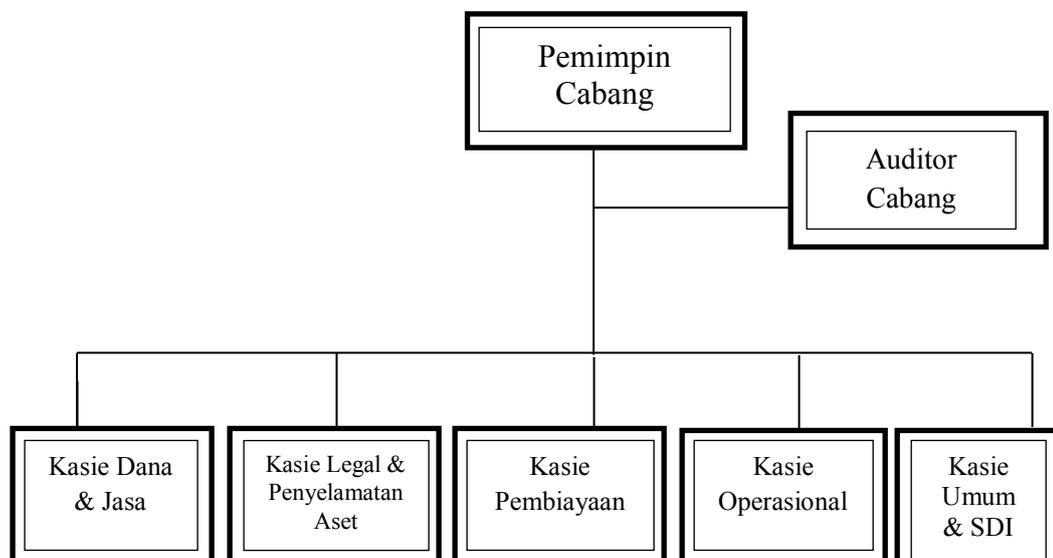
⁷³<https://www.bankaceh.co.id/>, diakses tanggal 02 September 2021

3.1.3 Struktur Organisasi PT Bank Aceh Cabang Langsa

PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa yang merupakan cabang untuk tingkat Kabupaten/ Kota atau setingkat dibawah regional yang di kantor pusat Banda Aceh. Struktur organisasi digunakan untuk mengetahui setiap tugas berdasarkan jabatan masing-masing. Struktur organisasi PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa dapat dilihat pada gambar 3.1

Gambar 3.1

Struktur Organisasi



Sumber: PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, 2021

3.1.4 Produk Penghimpunan Dana pada PT. Bank Aceh Syariah

Peningkatan pelayanan kepada nasabah merupakan prioritas utama Bank Aceh Syariah dalam memberikan layanan berkualitas dan tulus kepada seluruh nasabahnya. Dengan keyakinan inilah Bank Aceh Syariah senantiasa terus berupaya meningkatkan kualitas layanannya terutama pada bagian *front office* sebagai lini terdepan Bank Aceh Syariah yang mampu memberikan citra terbaik

bank di mata nasabah. Sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk peningkatan kualitas layanan dalam memotivasi seluruh *frontliner*, Bank Aceh Syariah juga setiap tahunnya mengadakan *Event Bank Aceh Service Excellence Award* (BASEA) yaitu sebuah kompetisi internal bank dalam mencari *frontliner* (kategori Customer Service, Teller dan Security) terbaik yang memiliki skill dan konsisten dalam mengimplementasikan Standar Layanan Bank Aceh Syariah.

Disamping pelayanan prima yang menjadi prioritas utama Bank Aceh Syariah. Perkembangan fitur produk bank yang menjadi target pasar Bank Aceh Syariah dalam penghimpun dan penyaluran dana. Bank Aceh Syariah terus melakukan perkembangan terhadap fitur produk bank sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

a. Tabungan Seulanga

Tabungan seulanga adalah produk tabungan Bank Aceh. Dengan tagline “Seutuhnya Melayani Nanggroe”. Tabungan seulanga memiliki keunggulan dengan nisbah Progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan (dihitung berdasarkan saldo terendah harian). Mendapat fasilitas ATM Seulanga (fitur ATM Seulanga sama dengan ATM jenis Platinum). Mendapatkan fasilitas *Mobile Banking Action* Bank Aceh dengan layanan transaksi yang lebih cepat. Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, sarana pembayaran listrik, air, dan telepon seluler. Biaya premi pertanggungan asuransi jiwa nasabah tabungan seulanga ditanggung oleh bank. Pengajuan klaim dapat dilakukan paling lambat 9 (sembilan) bulan sejak tertanggung meninggal dunia diajukan ke kantor Bank Aceh atau kantor perwakilan Jasa Raharja terdekat di

seluruh Indonesia. Penabung berhak diikutsertakan dalam perebutan Hadiah Langsung Seulanga berdasarkan poin penabung.

Tabungan seulanga menggunakan Akad Mudharabah pada saat mengajukan aplikasi pembukaan rekening tabungan seulanga, penabung sekaligus mengajukan aplikasi seulanga kartu ATM seulanga. Setoran awal pembukaan rekening tabungan seulanga sebesar Rp. 1.000.000,- (Satu Juta Rupiah) saldo minimum Rp. 500.000,- (Lima Ratus Rupiah). Penarikan tunai maksimal Rp. 20.000.000,- (Dua Puluh Juta Rupiah) per hari. Transfer antar bank dapat dilakukan maksimal Rp. 30.000.000,- (Tiga Puluh Juta Rupiah) per hari. Nisbah hanya diberikan pada rekening tabungan dengan saldo Rp. 1.000.000,- (Satu Juta Rupiah) ke atas. Biaya pengelolaan rekening tabungan bulanan Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah). Biaya pengelolaan kartu ATM Rp. 10.000,- (Sepuluh Ribu Rupiah). Biaya penggantian kartu ATM Rp. 20.000,- (Dua Puluh Ribu Rupiah).

b. Tabungan Firdaus

Tabungan firdaus merupakan akronim dari fitrah dalam usaha syariah yang bermakna bahwa dengan tabungan ini bank dan nasabah akan melakukan kerjasama secara syariah yang fitrah yang tentunya pada akhirnya akan membawa hasil yang halal, berkah, dan bertambah. Tabungan firdaus merupakan pilihan tepat untuk investasi berprinsip syariah yang dapat digunakan setiap saat. Tabungan firdaus merupakan salah satu produk tabungan bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada Bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya.

c. Tabungan Aneka Guna (TAG)

Menggunakan akad mudharabah. Tabungan Aneka Guna (TAG) dapat dimiliki oleh siapa saja, dengan setoran awal hanya sebesar Rp. 20.000,-. Anda telah menjadi nasabah Bank Aceh. Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor Bank Aceh.

d. Tabungan Sahara

Tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*, yaitu dana titipan murni nasabah kepada bank.

e. Tabungan Simpeda

Tabungan simpeda menggunakan akad mudharabah. Tabungau ini dapat dimiliki oleh siapa saja dengan setoran awal hanya sebesar Rp. 100.00,-. Anda telah menjadi nasabah bank Aceh. Dapat disetor dan ditarik setiap hari kerja di seluruh kantor bank Aceh jika memakai ATM bank Aceh, sudah tersedia gerai-gerai ATM Bank Aceh diseluruh Aceh, Medan dan didukung oleh jaringan ATM BERSAMA (Indonesia) dan MEPS (Malaysia), sehingga anda bebas menarik uang tunai 24 jam sehari kapanpun anda membutuhkannya. Dapat digunakan sebagai jaminan untuk mengajukan permohonan pembiayaan.

f. Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diteritkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

g. Tabungan Pensiun

Simpanan pensiun merupakan layanna tabungan bagi nasabah pensiun pada PT. Bank Aceh Syariah yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun.

3.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Menarik Minat Nasabah

Strategi pemasaran pada produk tabungan seulanga yang dilakukan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa dalam memasarkan produknya yaitu dengan cara memaksimalkan kepuasan nasabah pengguna tabungan seulanga baik dari segi kemudahan, kenyamanan, dan kepraktisan. Oleh karena itu, PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa dituntut untuk menetapkan tujuan dan strategi dengan sebaik-baiknya sehingga segala perubahan lingkungan dapat diantisipasi dengan cermat. Hal tersebut dapat diterapkan dengan membuat strategi pemasaran yang terencana dan terarah. Hal ini diketahui dari hasil wawancara dengan pakar perbankan PT. Bank Aceh Syariah.⁷⁴

“strategi yang dilakukan pihak bank sudah pasti bersinergi dengan OJK dan BI dengan cara literasi keuangan artinya dengan cara dipromosikan. Dan membuat event-event pada acara, media cetak, spanduk, dan sosial media yang semakin berkembang pada saat ini”

Penjelasan yang sama juga dikatakan oleh Nazariah selaku karyawan pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa.⁷⁵

“Strategi pemasaran yang dilakukan seperti promosi ke kantor-kantor, iklan, media cetak, spanduk, billboard, cross selling dari

⁷⁴ M. Safri Antoni, Pakar Perbankan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 26 Juni 2021.

⁷⁵ Nazariah, karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 26 Juni 2021.

pada petugas bank, *direct selling*, *direct selling exhibition*, *open table*, *sales promotion*, *advertising* dengan sosial media yang saat ini semakin berkembang”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas bahwa strategi yang dilakukan bank dalam menarik minat nasabah sudah dilakukan dengan baik. Berbagai cara sudah dilakukannya, mulai dari *direct selling* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh *agency* penjualan dan promosi tabungan seulanga kepada calon nasabah PT. Bank Aceh Syariah dengan cara mendatangi nasabah secara langsung. Kemudian *direct selling exhibition* yaitu strategi yang dilakukan oleh bank dalam menjual produk tabungan seulanga melalui acara pameran-pameran di pusat keramaian dan perbelanjaan. Kemudian *cross selling* strategi yang dilakukan apabila ada nasabah ingin membuka rekening atau mengambil pembiayaan maka *customer service* menyampaikan atau menawarkan produk lain yang ada di bank aceh seperti produk tabungan seulanga. Kemudian *open table* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan di kantor pemerintah maupun swasta dengan cara meletakkan souvenir, brosur atau yang berhubungan dengan produk-produk bank. Kemudian *advertising* yaitu periklanan, strategi promosi yang dilakukan melalui media cetak, baik itu baliho, spanduk, dan brosur. Juga melalui media sosial, baik itu *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan lain sebagainya. Dan kemudian *sales promotion* yaitu strategi pemasaran yang dilakukan oleh bagian marketing yang turun langsung ke lapangan untuk menawarkan produk-produk kepada calon nasabah dengan rayuan seperti banyaknya hadiah yang ditawarkan oleh bank.

Kemudian didukung dengan nasabah mengenai produk tabungan seulanga yang ditawarkan bank terhadap nasabah. Yang mana produk yang ditawarkan tersebut dapat dijadikan sebagai sarana investasi dan yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.⁷⁶

“menurut saya produk yang ditawarkan begitu bagus, karena bisa dijadikan sebagai sarana investasi dimasa tua mendatang...bagi saya sangat bermanfaat, karna bisa dijadikan sarana inverstasi...bagi saya produk yang ditawarkan sudah jelas bermanfaat, karena bisa dijadikan untuk investasi maupun bisnis dimasa yang akan datang...produk yang ditawarkan bank Aceh sudah pastinya sesuai dengan kebutuhan nasabah...produk yang ditawarkan sudah bagus. Kemudian juga memenuhi kebutuhan nasabah”

Berdasarkan jawaban tersebut dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan pihakbank dalam menarik minat nasabah mempunyai manfaat yang bisa dijadikan sebagai sarana investasi dimasa yang akan datang dan sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Yang mana menjadi suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Berdasarkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga, diketahui jawaban sebagai berikut:⁷⁷

“Kalau mengenai harga saya Alhamdulillah tidak keberatan, lagi pula kita nabung di bank tersebut...harga yang ditawarkan tidak masalah untuk saya, dan sesuai dengan hadiah yang nantinya dapat ditukarkan...untuk harga sudah normal, kenapa demikian karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hadiah yang diberikan...harga produk tabungan seulanga pastinya sudah jelas tertera, yang pasti

⁷⁶ Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Isa dan Neni, nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

⁷⁷Wagirah, Burhanuddin, Isa, Nasrul dan Rasnida, nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

nya sudah sesuai...harga yang ditawarkan bank aceh sudah bagus dengan setoran awal satu juta. Dan juga memperoleh hadiah”

Hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa strategi mengenai harga yang ditawarkan bank Aceh dalam menarik minat nasabah dalam membuka rekening pada tabungan seulanga tidak menjadi masalah dengan saldo awal 1 juta untuk pembukaan buku tabungan.

Pertanyaan mengenai bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh.

Hasil wawancara sebagai berikut:⁷⁸

“untuk lokasi sudah strategis, karena dekat dengan perkantoran, pasar, rumah sakit, masjid, dan lain sebagainya...lokasi bank Aceh sudah cukup bagus, dalam arti kata dapat dijangkau...untuk lokasinya sudah bagus, bersih, kemudian juga mudah dijangkau karena berada di perkotaan...lokasi bank aceh mudah dijangkau, kemudian juga berada di pusat kota. Jarak rumah saya ke bank Aceh lebih kurang 10 menit...untuk lokasi nya sudah cocok disitu, jadi mudah di jangkau, apalagi bank Aceh mempunyai cabang pembantu di depan galon...lokasi nya sudah strategis, kalau kita mau ke kantor nya tidak terlalu jauh dari rumah saya, apalagi siap dari ATM kita bisa belanja keperluan lainnya...untuk lokasi sudah strategis, masih mudah dijangkau, kemudian di depan galon juga ada kantor kas bank aceh. Jalan teuku umar juga ada. Terus kalau misalnya mau narik uang di ATM juga sudah ada di ATM bersama.”

Berdasarkan jawaban dari narasumber bahwa lokasi yang terdapat pada bank Aceh Syariah Cabang Langsa sudah strategis, yang mana dapat dijangkau oleh nasabah yang berkepentingan.Hal ini juga merupakan elemen dari pada strategi pemasaran.

⁷⁸ Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Isa, Nasrul dan Neni, nasabah produk tabungan seulanga pada PT.Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

Pertanyaan mengenai bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga, dengan jawaban narasumber sebagai berikut:⁷⁹

“menurut saya promosi yang dilakukan bank Aceh sudah bagus, mereka melakukan promosi ke kantor-kantor. Terus juga dapat dilihat di baliho, di kantor cabang nya juga ada spanduk nya...promosi yang dilakukan mereka beraneka ragam pastinya, mungkin salah satu nya mereka datang ke toko, mereka mempromosikan produk yang ada pada bank tersebut...promosi yang dilakukan bank Aceh bagus, pasti nya sudah sesuai dengan prosedur mereka...promosi nya ya sama seperti bank-bank lain, kan setiap bank promosi nya memang begitu. Datang jumpain nasabah, tawarin produk ini, ada poin berhadiah nya, dapat ditukar kapan saja sesuai jumlah poin kita...promosi yang dilakukan sudah bagus, petugas bank langsung turun ke lapangan, untuk mengenalkan tabungan seulanga...promosi yang mereka lakukan cukup baik, tidak hanya di kantor, tapi juga di berbagai tempat. Terus dapat kita lihat di baliho-baliho, media sosial. Kan sekarang sudah serba digital...promosi nya pasti berbagai cara dilakukan oleh pihak bank. Ya pasti sama seperti bank yang lain juga.”

Berdasarkan jawaban dari pada hasil wawancara bahwa promosi yang dilakukan bank berbagai cara. Mulai dari mendatangi calon nasabah langsung tanpa adanya sebuah perjanjian terlebih dahulu dengan calon nasabah. Lewat acara pameran di pusat keramaian. Mendatangi ke kantor pemerintah/swasta dengan cara meletakkan brosur. Kemudian promosi iklan yang dilakukan secara langsung baik itu di baliho, spanduk ataupun melalui media sosial yang semakin digital.

⁷⁹ Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Isa, Nasrul, Rasnida dan Neni nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

Pertanyaan mengenai bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh, dengan jawaban narasumber adalah sebagai berikut:⁸⁰

“menurut saya pelayanan yang diberikan karyawan bank dalam melayani nasabah cukup baik, karyawan nya juga ramah, dan cantik juga...pelayanan mereka sudah cukup bagus, mulai dari tutur kata yang baik, sopan santun, dan lain sebagainya...menurut saya pelayanan mereka sudah bagus, karena untuk saya pribadi membuka rekening tidak harus ke kantor, akan tetapi pihak bank langsung yang menjumpai saya untuk membuka rekening...karyawan yang ada di bank Aceh itu ramah. Kalau misalnya karyawan gak ramah dengan nasabah, sudah pasti nasabah nya juga malas, itu kan sudah menjadi suatu kinerja mereka, karena kinerja mereka tidak hanya dinilai oleh atasan tapi juga oleh nasabah...pelayanan yang mereka berikan sudah sangat baik, mereka pastinya memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan...pelayanan yang diberikan bank terhadap saya cukup baik, melayani nasabah dengan ramah, dijelaskan secara detail. Ya kalau misalnya lama itu wajar lah, itu kan sudah sesuai dengan nomor antrian.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah cukup baik. Mulai dari tutur kata yang baik dalam memberikan pelayanan. Semakin baik pelayanan yang diberikan karyawan terhadap nasabah, maka akan semakin loyal nasabah kepada bank.

Pertanyaan mengenai tampilan fisik pada produk tabungan seulanga, dan dijawab narasumber sebagai berikut:⁸¹

“menurut saya tampilan fisik atau dikatakan dengan brosur sudah cukup baik. Saya suka dengan produk tabungan seulanga ini karena adanya poin hadiah tanpa diundi. Jadi saya tertarik untuk membuka tabungan seulanga...tampilan fisik dari pada produk tabungan seulanga tersebut cukup baik, semakin bagus brosur maka semakin tertarik nasabah...yang membuat saya tertarik sebenarnya

⁸⁰ Wagirah, Aisyah, Baharuddin, Nasrul, Rasnida dan Neni, nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

⁸¹ Wagirah, Aisyah, Baharuddin, Nasrul, Rasnida dan Neni, nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

karena ada poin berhadiah, selain poin berhadiah tabungan ini bisa dijadikan sebagai investasi bisnis yang dapat dikelola, itulah yang membuat saya tertarik membuka tabungan tersebut...yang membuat saya tertarik sebenarnya karena ada poin berhadiah, selain poin berhadiah tabungan ini bisa dijadikan sebagai investasi bisnis yang dapat dikelola, itulah yang membuat saya tertarik membuka tabungan tersebut...secara tampilan fisik atau disebut dengan brosur sudah cukup memenuhi kriteria dalam pemasaran...tampilan fisik pada bank Aceh untuk tabungan seulanga sudah baik. Seperti bank yang lainnya juga. Dengan brosur yang bagus.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa tampilan fisik yang ditawarkan bank Aceh dalam mempromosikan produk tabungan seulanga sudah baik dalam bentuk brosur, sehingga banyak dari pada nasabah membuka tabungan pada produk tersebut.

Pertanyaan mengenai proses yang dilakukan pada produk tabungan seulanga dalam membuka tabungan, dan dijawab narasumbersebagai berikut:⁸²

“menurut saya pembukaan rekening pada tabungan seulanga berjalan baik, karena waktu saya buka tabungan itu tidak lama, jadinya cepat...proses yang dilakukan dalam pembukaan tabungan tidak lama, jadinya tidak terlalu lama kita menunggu untuk antrian...menurut saya proses yang dilakukan cepat, langsung siap dalam waktu itu juga...proses yang mereka lakukan dalam proses pembukaan rekening tabungan seulanga ini berjalan dengan cepat, walaupun adanya antri sudah sesuai dengan prosedur mereka, ya jadi kita ikuti saja.”

Berdasarkan jawaban dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa proses yang dilakukan dalam pembukaan tabungan seulanga berlangsung dengan cepat, sehingga nasabah merasa puas atas proses yang diberikan karyawan terhadap nasabah.

⁸² Wagirah, Aisyah, Baharuddin, dan Rasnida, nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 31 Juli 2021.

3.3 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga Dalam Perspektif Pemasaran Islam

Strategi pemasaran syariah bukan hanya sebuah pemasaran yang ditambahkan syariah karena ada nilai-nilai lebih dari pemasaran syariah saja, tetapi lebih jauhnya pemasaran berperan dalam syariah, dan syariah berperan dalam pemasaran. Pemasaran yang baik dapat berperan dalam syariah yang diartikan sebagai perusahaan yang berbasis syariah diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional dalam dunia bisnis, karena dengan profesionalitas dapat menumbuhkan kepercayaan nasabah. Hadiah-hadiah yang telah disediakan oleh bank adalah dalam bentuk barang yang dapat ditukarkan sesuai dengan keinginan penabung sejauh poin yang telah dikumpulkan mencukupi untuk mendapatkan hadiah yang dimaksud. Produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa yaitu menggunakan akad *mudharabah* dimana pihak bank sebagai pengelola dana dan nasabah sebagai pemberi modal. Pada saat mengajukan aplikasi pembukaan rekening tabungan seulanga, nasabah juga diberikan fasilitas kartu ATM seulanga yang mana dapat memudahkan para nasabah untuk bertransaksi. Dan memberikan aplikasi action yang mana merupakan *mobile banking* layanan milik PT. Bank Aceh Syariah yang dapat diakses oleh nasabah melalui *smartphone* untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet. Seperti hasil wawancara dengan pakar perbankan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa:⁸³

⁸³ M. Safri Antoni, pakar perbankan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 26 Juli 2021.

“semua tabungan semua aplikasi yang ada di bank Aceh ini sudah sesuai dengan koridor syariah Islam. Mulai dari operasional, funding, lending, financing dan jasa-jasa yang berikan bank seperti wakalah, kafalah, transfer dan lainnya sudah dapat dirasakan, karena adanya regulasi, dan adanya undang-undang. Jadi secara syariah sudah sah karena ada regulasi, undang-undang, dan hukum. Dan di bank Aceh syariah adanya opini nya DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang mana sebelum dipasarkan produk-produk tersebut sudah ada opini dari pada DPS tersebut. Ketika produk tersebut diterapkan maka sudah sesuai dengan SPO yang sesuai dengan syariah Islam. Kemudian yang menjadi tangan kanan dari pada DPS itu adalah auditor, karena DPS itu berada nya di kantor pusat jadi tidak mungkin untuk ke setiap cabang yang ada di berbagai daerah, maka auditor lah yang mengendalikannya, dan jika tidak sesuai dengan koridor syariah Islam maka Auditor wajib menegur.”

Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa pemberian hadiah pada produk tabungan seulanga diperbolehkan dalam Islam. Hadiah dalam Islam merupakan suatu bentuk pemberian yang sifatnya tidak mengikat. Karena itu hadiah adalah bagian dari pemberian sukarela dari satu pihak terhadap pihak lain tanpa disertai imbalan. Sesuai perkembangannya, hadiah tidak lagi dimaknai sebagai pemberian sukarela, akan tetapi hadiah merupakan bagian dari upaya suatu lembaga atau perusahaan publik untuk melakukan promosi dan bentuk daya tariknya terhadap masyarakat, tak terkecuali di Lembaga Keuangan Syariah seperti PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa.

Pada umumnya hadiah pada bank syariah atau Lembaga Keuangan Syariah sumber dananya berasal dari bagi hasil yang dilaksanakan antara bank dan nasabahnya. Pemberian hadiah oleh bank atau LKS diperbolehkan karena tidak mengandung unsur riba, dan nasabah tidak dirugikan atas pengadaan hadiah

tersebut.⁸⁴ Serupa dengan hal tersebut, hadiah menurut fatwa nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang hadiah dalam penghimpunan dana Lembaga Keuangan Syariah adalah suatu pemberian yang sifatnya tidak mengikat dan bertujuan agar nasabah loyal kepada LKS. Ketentuan hukumnya pun tidak mengharamkan, melainkan membolehkan LKS untuk menawarkan atau memberikan hadiah sebagai upaya promosi produk dengan tetap mengikuti ketentuan-ketentuan yang ada pada fatwa.

⁸⁴ Budi Wahyono, *Studi Kasus Fiqh Muammalah (Undian Berhadiah)*, www.pendidikanekonomi.com, diakses pada tanggal 02 Agustus 2021.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa dalam menarik minat nasabah telah diaplikasikan sesuai dengan konsep bauran pemasaran. Dari strategi produk, tabungan seulanga yang ditawarkan bank Aceh sangat memenuhi kebutuhan nasabah. Dari strategi harga, merupakan salah satu aspek terpenting laku tidak nya produk tabungan seulanga. Dari strategi lokasi, PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa sangat mudah dijangkau, karena berada di pusat perkotaan. Dari strategi promosi, bank mempromosikan produk tabungan seulanga baik langsung maupun tidak langsung. Dari strategi SDM, karyawan memberikan pelayanan terbaik untuk nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk tabungan seulanga. Dari strategi tampilan fisik, brosur yang ditawarkan sangat menarik nasabah, mulai dari adanya logo bank Aceh, dan dengan hadiah yang menarik. Dari strategi proses, pembukaan rekening tabungan seulangamenggunakan mekanisme yang cepat.
2. Strategi pemasaran dalam perspektif ekonomi Islam dalam program poin berhadiah tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa yang mana telah memenuhi ketentuan syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama

Indonesia (DSN-MUI) tentang hadiah dalam Lembaga Keuangan Syariah. Dengan adanya fatwa ini menunjukkan bahwa program poin berhadiah tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah tidak bertentangan dengan norma sosial yang berarti tidak dapat dipersamakan dengan judi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dengan ini penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan mengembangkan PT. Bank Aceh Syariah serta karyawan. Saran-saran yang dapat dikemukakan antara lain:

1. PT. Bank Aceh Syariah tidak hanya fokus pada promosi produk saja, akan tetapi mengadakan sosialisasi ekonomi syariah secara rutin di setiap daerah, karena masih banyak masyarakat yang awam tentang ekonomi syariah khususnya pada persoalan perbankan syariah mengenai produk serta ketentuan-ketentuannya.
2. PT. Bank Aceh Syariah diharapkan dapat lebih optimal lagi dalam proses pembukaan rekening tabungan seulanga seperti mempercepat koneksi jaringan agar pengimputan data dapat berjalan dengan lancar serta dapat menjaga keunggulan yang dimiliki oleh tabungan seulanga dengan semaksimal mungkin.
3. Peneliti selanjutnya mengenai produk tabungan seulanga.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Karim

Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.

Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.

Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustakarya, 2009.

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.

Bukhari Alma dan Donni Juni Proiansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai dan Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Budi Wahyono, *Studi Kasus Fiqh Muammalah (Undian Berhadiah)*, www.pendidikanekonomi.com, diakses pada tanggal 02 Agustus 2021.

Brosur Bank Aceh Syariah

Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, cet X, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2002.

Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009.

Isterno Evita, *Pembiayaan Mudharabah Dalam Sistem Perbankan Syariah*. Jakarta: Cintya Press, 2011.

Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

Jalaluddin, *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.

Jaih Mubarak, Hasanuddin, *Fiqih Mu'amalah Maliyyah Akad Syirkah dan Mudharabah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.

- Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo, 2004.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007.
- Malcom H.B Mc Donald, *Rencana Pemasaran*. Jakarta: Arcan, 2001.
- Muhammad, *Akuntansi Syariah Teori dan Praktik untuk Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2013.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Nafan, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- O. Winardi, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sinar Baru, 2001.
- Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Jakarta Barat: PT Indeks, 2009.
- Philip Kotler dan Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta, Macana Jaya Cemerlang, 2008.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*. Ciracas, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- Roni Adespa, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*”, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Vol 2, No 1, 2017, h. 46.
- Sahade dan Chalid Imran Musa, *Manajemen Pemasaran*. Makasar: 2009.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo, 2007.

- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Setyo Sudrajat, *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Info Bank, 1994.
- Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&I*. Cet. 13 Bandung, CV Alfabeta, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. Cet III: Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suryani dkk, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2004.
- Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-Produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Supriyono, "Kepercayaan dan Minat Beli Di Sub Forum Jual Beli", *Jurnal Riset Ekonomi & Bisnis* Vol. 10, No 2.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling* Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2013.
- Tri Astuti, "Pengaruh Presepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah" 2. 2013.
- Veithzal Rizai Zainal, et. Al., *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

W. Mantja, *Emografi Desain Penelitian Kualitatif dan Manajemen Pendidikan* Malang: Winaka Media, 2003.

Yusak Laksamana, *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.

<http://www.bankaceh.co.id/>

<https://www.bankmuamalat.co.id/>

Hasil wawancara dengan bapak M. Safri Antoni, selaku pakar perbankan Bank Aceh Cabang Langsa, pada tanggal 26 Juli 2021.

Hasil wawancara dengan ibu Nazariah, selaku karyawan Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, pada tanggal 26 Juli 2021.

Hasil wawancara dengan Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Isa dan Neni selaku nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, (wawancara tanggal 31 Juli 2021).

Hasil wawancara dengan Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Isa Nasrul, Rasnida dan Neni selaku nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, (wawancara tanggal 31 Juli 2021).

Hasil wawancara dengan Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Nasrul, Rasnida dan Neni selaku nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, (wawancara tanggal 31 Juli 2021).

Hasil wawancara dengan Wagirah, Aisyah, Burhanuddin, Nasrul, Rasnida dan Neni selaku nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, (wawancara tanggal 31 Juli 2021).

Hasil wawancara dengan Wagirah, Aisyah, Baharuddin, dan Rasnida selaku nasabah produk tabungan seulanga pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, (wawancara tanggal 31 Juli 2021)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

A. Pakar Perbankan dan Karyawan Bank Aceh

1. Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan seulanga?
2. Apakah setiap tahun produk tabungan seulanga meningkat?
3. Apa yang membedakan produk tabungan seulanga dengan produk yang lainnya?
4. Bagaimana perhitungan poin berhadiah dalam produk tabungan seulanga?
5. Strategi apa yang dilakukan pihak bank dalam menarik minat nasabah untuk menabung?
6. Bagaimana hukum poin berhadiah pada produk tabungan seulanga dalam perspektif ekonomi Islam?
7. Apakah produk tabungan seulanga yang terdapat di bank Aceh sudah sesuai dengan syariah?
8. Bagaimana sistem bagi hasil yang terdapat pada bank Aceh dalam produk tabungan seulanga?
9. Apakah produk tabungan seulanga sangat menguntungkan nasabah sesuai dengan syariah?
10. Apa saja keunggulan dari pada produk tabungan seulanga?
11. Apa saja syarat untuk menjadi nasabah pada produk tabungan seulanga?

B. Nasabah

1. Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?

2. Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?
3. Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?
4. Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?
5. Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?
6. Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?
7. Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?
8. Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?
9. Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?
10. Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?

Lampiran 2 Rekap Jawaban Informan dan Responden

Nama Informan M. Safri Antoni

Pakar Perbankan Bank Aceh

Wawancara tanggal Senin 26 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan seulanga?	Akad yang digunakan Mudharabah.
2	Apakah setiap tahun produk tabungan seulanga meningkat?	Setiap tahunnya produk tabungan seulanga sangat meningkat.
3	Apa yang membedakan produk tabungan seulanga dengan produk yang lainnya?	Salah satu yang membedakan produk tabungan seulanga karena adanya poin berhadiah yang tidak ada pada produk tabungan lain.
4	Bagaimana perhitungan poin berhadiah dalam produk tabungan seulanga?	Perhitungan poin dalam produk tabungan seulanga perkelopatan satu juta dapat 1 poin. Dengan setoran awal 1 juta.
5	Strategi apa yang dilakukan pihak bank dalam menarik minat nasabah untuk menabung?	Strategi yang dilakukan pihak bank sudah pasti bersinergi dengan OJK dan BI dengan cara literasi keuangan artinya dengan cara dipromosikan. Dan membuat event-event pada acara, media cetak, spanduk, dan sosial media yang semakin berkembang pada saat ini.
6	Bagaimana hukum poin berhadiah pada produk tabungan seulanga dalam perspektif ekonomi Islam?	Pada dasarnya yang namanya hadiah itu boleh.
7	Apakah produk tabungan seulanga yang terdapat di bank Aceh sudah sesuai dengan syariah?	Sudah jelas, semua tabungan semua aplikasi yang ada di bank Aceh ini sudah sesuai dengan koridor syariah Islam. Mulai dari operasional, funding, lending, financing dan jasa-jasa yang berikan bank seperti wakalah, kafalah, transfer dan lainnya sudah dapat dirasakan, karena adanya regulasi, dan adanya undang-undang. Jadi secara syariah sudah sah karena ada regulasi, undang-

		undang, dan hukum. Dan di bank Aceh syariah adanya opini nya DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang mana sebelum dipasarkan produk-produk tersebut sudah ada opini dari pada DPS tersebut. Ketika produk tersebut diterapkan maka sudah sesuai dengan SPO yang sesuai dengan syariah Islam. Kemudian yang menjadi tangan kanan dari pada DPS itu adalah auditor, karena DPS itu berada nya di kantor pusat jadi tidak mungkin untuk ke setiap cabang yang ada di berbagai daerah, maka auditor lah yang mengendalikannya, dan jika tidak sesuai dengan koridor syariah Islam maka Auditor wajib menegur.
8	Bagaimana sistem bagi hasil yang terdapat pada bank Aceh dalam produk tabungan seulanga?	Sistem bagi hasil sama seperti produk tabungan lain. Sistem bagi hasil itu ada 3, yang pertama sistem bagi hasil harian, kemudian ada bulanan, kemudian ada bagi hasil rata-rata.
9	Apakah produk tabungan seulanga sangat menguntungkan nasabah sesuai dengan syariah?	Sudah jelas. Untuk saat ini bank Aceh syariah sudah memberikan pelayanan terbaik syariah untuk masyarakat Aceh dengan di launching nya aplikasi mobile banking action yaitu untuk mempermudah dalam hal layanan syariah, yang kedua QRIS yaitu dengan sistem metode barkot, ketiga adanya debit, jadi kalau misalnya tidak ada barkot jadi bisa merge merchant , dan satu lagi mesin ATM setor tunai jadi kalau kita mau setor uang tidak perlu antri teller karena sudah bisa di mesin ATM.
10	Apa saja keunggulan dari pada produk tabungan seulanga?	Keunggulan produk tabungan seulanga tersebut yaitu dengan nisbah progressive dimana semkain tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan,

		mendapatkan fasilitas ATM seulanga, mendapatkan fasilitas mobile banking, dapat juga dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, dan juga adanya pertanggungungan asuransi jiwa yang tidak terdapat pada produk tabungan lain.
11	Apa saja syarat untuk menjadi nasabah pada produk tabungan seulanga?	Mengisi formulir pembukaan rekening, menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan fotocopy bukti identitas, setoran awal pembukaan rekening tabungan seulanga sebesar Rp 1.000.000, batas minimum Rp 500.000, biaya admin perbulan sebesar Rp 10.000, dan biaya ATM sebesar Rp 10.000.

Nama Informan Nazariah

Karyawan Bank Aceh

Wawancara tanggal Senin 26 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Akad apa yang digunakan dalam produk tabungan seulanga?	Tabungan seulanga menggunakan akad mudharabah.
2	Apakah setiap tahun produk tabungan seulanga meningkat?	Setiap tahunnya sangat meningkat.
3	Apa yang membedakan produk tabungan seulanga dengan produk yang lainnya?	Yang membedakan tabungan seulanga dengan tabungan lainnya adanya poin berhadiah.
4	Bagaimana perhitungan poin berhadiah dalam produk tabungan seulanga?	Perhitungan poin dalam produk tabungan seulanga perkelopatan satu juta mendapat 1 poin.
5	Strategi apa yang dilakukan pihak bank dalam menarik minat nasabah untuk menabung?	Strategi pemasaran yang dilakukan seperti promosi ke kantor-kantor, iklan, media cetak, spanduk, billboard, cross selling dari pada petugas bank, direct selling, direct selling exhibition, open table, sales promotion, advertising dengan sosial media yang saat ini semakin berkembang.
6	Bagaimana hukum poin berhadiah pada produk tabungan seulanga dalam perspektif	Hukum poin berhadiah produk tabungan seulanga dalam Islam diperbolehkan, karena itu hibah

	ekonomi Islam?	(pemberian hadiah).
7	Apakah produk tabungan seulanga yang terdapat di bank Aceh sudah sesuai dengan syariah?	Iya, semua produk yang ada di bank Aceh sudah sesuai dengan syariah termasuk produk tabungan seulanga. Apalagi sistem perbankan kita saat ini di Aceh, semua sudah beralih ke syariah.
8	Bagaimana perhitungan poin berhadiah dalam produk tabungan seulanga?	Perhitungan poin pada produk tabungan seulanga dihitung dari saldo terendah satu juta setiap bulan perkelipatan 1 poin. Yang mana poin tersebut dapat kita ketahui melalui teller atau customer service.
9	Apakah produk tabungan seulanga sangat menguntungkan nasabah sesuai dengan syariah?	Iya sangat menguntungkan. Karena produk tabungan seulanga ini bisa dijadikan sebagai bisnis atau pun investasi. Dan hanya itu, produk tabungan seulanga juga dapat ditukarkan dengan poin berhadiah tanpa undian.
10	Apa saja keunggulan dari pada produk tabungan seulanga?	Keunggulan produk tabungan seulanga tersebut yaitu dengan nisbah progressive dimana semakin tinggi saldo tabungan, semakin tinggi nisbah yang diberikan, mendapatkan fasilitas ATM seulanga, juga dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, dan juga adanya pertanggungan asuransi jiwa yang tidak terdapat pada produk tabungan lain, dan keunggulan produk tabungan seulanga berikutnya adalah bisa menikmati layanan mobile banking Bank Aceh. Dengan layanan mobile banking bank Aceh nasabah bisa melakukan berbagai transaksi perbankan lebih praktis dimana saja menggunakan perangkat mobile atau handphone.
11	Apa saja syarat untuk menjadi nasabah pada produk tabungan seulanga?	Mengisi formulir pembukaan rekening, menunjukkan asli bukti identitas dan menyerahkan fotocopy bukti identitas, setoran awal pembukaan rekening

		tabungan seulanga sebesar Rp 1.000.000, batas minimum Rp 500.000, biaya admin perbulan sebesar Rp 10.000, dan biaya ATM sebesar Rp 10.000.
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nama Responden Wagirah

Nasabah Produk Tabungan Seulanga

Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Produk yang ditawarkan bagus, karena bisa dijadikan sebagai sarana investasi.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Kalau mengenai harga saya Alhamdulillah tidak keberatan, lagi pula kita nabung di bank tersebut.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Untuk lokasi sudah strategis, karena dekat dengan perkantoran, pasar, rumah sakit, masjid, dan lain sebagainya.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Menurut saya promosi yang dilakukan bank Aceh sudah bagus, mereka melakukan promosi ke kantor-kantor. Terus juga dapat dilihat di baliho, di kantor cabang nya juga ada spanduk nya.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Menurut saya pelayanan yang diberikan karyawan bank dalam melayani nasabah cukup baik, karyawan nya juga ramah, dan cantik juga.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Menurut saya tampilan fisik atau dikatakan dengan brosur sudah cukup baik. Saya suka dengan produk tabungan seulanga ini karena adanya poin hadiah tanpa diundi. Jadi saya tertarik untuk membuka tabungan seulanga. Kemudian untuk hadiah nya pun berbagai macam.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Menurut saya pembukaan rekening pada tabungan seulanga berjalan baik, karena waktu saya buka

		tabungan itu tidak lama, cepat.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Hadiah yang pernah saya dapatkan Honda Vario 125 CBS.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Ya pernah.
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Iya sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Nama Responden Aisyah
 Nasabah Produk Tabungan Seulanga
 Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Sangat bermanfaat, karena bisa dijadikan sarana investasi.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Untuk harga menurut saya keberatan, tapi karena saya pikir produk tabungan seulanga ini ada poin berhadiah saya tetap membuka pada produk tersebut.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Lokasi bank Aceh sudah cukup bagus, dalam arti kata dapat dijangkau.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosi yang dilakukan mereka beraneka ragam pastinya, mungkin salah satu nya mereka datang ke toko, mereka mempromosikan produk yang ada pada bank tersebut.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Pelayanan mereka sudah cukup bagus, mulai dari tutur kata yang baik, sopan santun, dan lain sebagainya.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Tampilan fisik dari pada produk tabungan seulanga tersebut cukup baik, semakin bagus brosur maka semakin tertarik nasabah.
7	Menurut anda bagaimana proses	Proses yang dilakukan dalam

	yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	pembukaan tabungan tidak lama, jadinya tidak terlalu lama kita menunggu untuk antrian.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Hadiah yang saya dapatkan AC Inverter 1 PK.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Ya pernah, saya tawarkan kepada saudara atau pun teman saya
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Sudah pasti sesuai dengan kebutuhan.

Nama Responden Baharuddin
 Nasabah Produk Tabungan Seulanga
 Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Produk yang ditawarkan sudah jelas bermanfaat, karena bisa digunakan untuk investasi maupun bisnis.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Harga yang ditawarkan tidak masalah untuk saya, dan sesuai dengan hadiah yang nantinya dapat ditukarkan.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Untuk lokasinya sudah bagus, bersih, kemudian juga mudah dijangkau karena berada di perkotaan.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosi yang dilakukan bank Aceh bagus, pasti nya sudah sesuai dengan prosedur mereka.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Menurut saya pelayanan mereka sudah bagus, karena untuk saya pribadi membuka rekening tidak harus ke kantor, akan tetapi pihak bank langsung yang menjumpai saya untuk membuka rekening.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan	Yang membuat saya tertarik sebenarnya karena ada poin berhadiah, selain poin berhadiah tabungan ini bisa dijadikan sebagai

	tersebut?	investasi bisnis yang dapat dikelola, itulah yang membuat saya tertarik membuka tabungan tersebut.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Menurut saya proses yang dilakukan cepat, langsung siap dalam waktu itu juga.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Untuk saat ini saya belum mendapatkan hadiah, karena saya kan masih baru buka tabungan seulanga. Tapi saya pasti akan menukarkan poin berhadiah tabungan seulanga.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Untuk sekarang saya belum merekomendasikannya, mungkin ke depannya saya akan memberitahukan kepada rekan-rekan saya.
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Sudah pasti setiap produk yang ditawarkan mempunyai kebutuhan untuk nasabah.

Nama Responden Isa

Nasabah Produk Tabungan Seulanga

Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Produk yang ditawarkan pastinya sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Untuk harga sudah normal, kenapa demikian karena harga yang ditawarkan sesuai dengan hadiah yang diberikan.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Lokasi bank aceh mudah dijangkau, kemudian juga berada di pusat kota. Jarak rumah saya ke bank Aceh lebih kurang 10 menit.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosinya ya sama seperti bank-bank lain, kan setiap bank promosinya memang begitu. Datang jumpain nasabah, tawarin produk ini, ada poin berhadiahnya, dapat ditukar kapan saja sesuai jumlah poin kita.

5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Untuk pelayanannya sama seperti bank lain juga.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Tampilan fisiknya ya bagus. Brosurnya sudah bagus.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Proses yang dilakukan sedikit lama, kita harus antri berjam-jam hanya untuk membuka tabungan.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Untuk sekarang saya belum menukarkan hadiahnya, masih saya kumpulin poinnya dulu.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Tidak pernah.
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Ya sesuai dengan kebutuhan.

Nama Responden Nasrul

Nasabah Produk Tabungan Seulanga

Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Tabungan seulanga di bank Aceh pastinya bagus, kemudian juga banyak keunggulannya.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Harga produk tabungan seulanga pastinya sudah jelas tertera, yang pastinya sudah sesuai.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Untuk lokasinya sudah cocok disitu, jadi mudah dijangkau, apalagi bank Aceh mempunyai cabang pembantu di depan galon.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosi yang dilakukan sudah bagus, petugas bank langsung turun ke lapangan, untuk mengenalkan tabungan seulanga.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Karyawan yang ada di bank Aceh itu ramah. Kalau misalnya karyawan gak ramah dengan nasabah, sudah pasti nasabahnya

		juga malas, itu kan sudah menjadi suatu kinerja mereka, karena kinerja mereka tidak hanya dinilai oleh atasan tapi juga oleh nasabah, maka semakin baik pelayanan yang diberikan pihak bank terhadap nasabah semakin loyal nasabah untuk menabung di bank.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Sudah jelas yang membuat saya tertarik terhadap produk tabungan seulanga itu poin berhadiah nya yang tidak ada pada produk yang lain.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Kalau proses yang dilakukan bank dalam proses pembukaan rekening ini saya lama, karena ramai nasabah lain waktu saya membuka rekening ini.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Hadiah yang pernah saya dapatkan itu sepeda gunung.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Pernah.
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Sudah pasti.

Nama Responden Rasnida

Nasabah Produk Tabungan Seulanga

Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Produk yang ditawarkan bagus. Jadi uang yang diberikan oleh suami saya, bisa saya simpan dan bisa mendapatkan hadiah juga. Dari pada saya gunakan untuk belanja selalu.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Harga yang ditawarkan bank aceh sudah bagus dengan setoran awal satu juta. Dan juga memperoleh hadiah.

3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Lokasi nya sudah strategis, kalau kita mau ke kantor nya tidak terlalu jauh dari rumah saya, apalagi siap dari ATM kita bisa belanja keperluan lainnya.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosi yang mereka lakukan cukup baik, tidak hanya di kantor, tapi juga di berbagai tempat. Terus dapat kita lihat di baliho-baliho, media sosial. Kan sekarang sudah serba digital.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Pelayanan yang mereka berikan sudah sangat baik, mereka pastinya memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya, sehingga nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Secara tampilan fisik atau disebut dengan brosur sudah cukup memenuhi kriteria dalam pemasaran.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Proses yang mereka lakukan dalam proses pembukaan rekening tabungan seulanga ini berjalan dengan cepat, walaupun adanya antri sudah sesuai dengan prosedur mereka, ya jadi kita ikuti saja.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Untuk sekarang saya belum mendapatkan hadiah apa-apa, saya masih mengumpulkan poin sebanyak-banyaknya.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Pernah.
10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Sudah pasti sesuai dengan kebutuhan.

Nama Responden Neni
 Nasabah Produk Tabungan Seulanga
 Wawancara tanggal Sabtu 31 Juli 2021

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut anda bagaimana produk tabungan seulanga yang ditawarkan oleh bank Aceh?	Produk yang ditawarkan sudah bagus. Juga memenuhi kebutuhan nasabah.
2	Menurut anda bagaimana harga yang ditawarkan pada produk tabungan seulanga di bank Aceh?	Kalau untuk harga termasuk mahal. Karena setoran awalnya satu juta.
3	Menurut anda bagaimana lokasi yang terdapat pada bank Aceh?	Untuk lokasi sudah strategis, masih mudah dijangkau, kemudian di depan galon juga ada kantor kas bank aceh. Jalan teuku umar juga ada. Terus kalau misalnya mau narik uang di ATM juga sudah ada di ATM bersama.
4	Menurut anda bagaimana promosi yang dilakukan bank Aceh terhadap produk tabungan seulanga?	Promosinya pasti berbagai cara dilakukan oleh pihak bank. Ya pasti sama seperti bank yang lain juga.
5	Menurut anda bagaimana pelayanan karyawan yang terdapat pada bank Aceh?	Pelayanan yang diberikan bank terhadap saya cukup baik, melayani nasabah dengan ramah, dijelaskan secara detail. Ya kalau misalnya lama itu wajar lah, itu kan sudah sesuai dengan nomor antrian.
6	Menurut anda bagaimana tampilan fisik produk tabungan seulanga sehingga anda tertarik untuk membuka tabungan tersebut?	Tampilan fisik pada bank Aceh untuk tabungan seulanga sudah baik. Seperti bank yang lainnya juga. Dengan brosur yang bagus.
7	Menurut anda bagaimana proses yang dilakukan bank dalam pembukaan tabungan seulanga?	Proses yang diberikan karyawan lama.
8	Hadiah apa saja yang sudah pernah anda dapatkan pada produk tabungan seulanga?	Untuk saat ini belum mendapatkan hadiah, saya masih dalam pengumpulan poin.
9	Apakah anda pernah merekomendasikan produk tabungan seulanga kepada orang lain?	Pernah.

10	Apakah produk yang ditawarkan bank Aceh sesuai dengan kebutuhan?	Sangat memenuhi kebutuhan nasabah.
----	------------------------------------------------------------------	------------------------------------

Lampiran 3 Dokumentasi

1. Wawancara dengan M. Safri Antoni



2. Wawancara dengan Nazariah



3. Wawancara dengan Wagirah



4. Wawancara dengan Aisyah



5. Wawancara dengan Baharuddin



6. Wawancara dengan Isa



7. Wawancara dengan Nasrul



8. Wawancara dengan Rasnida



9. Wawancara dengan Neni



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Nama Lengkap | : Fitri Handayani |
| 2. Tempat, Tanggal Lahir | : Langsa, 27 Desember 1999 |
| 3. Jenis Kelamin | : Perempuan |
| 4. Agama | : Islam |
| 5. Alamat | : Dusun Makmur Indah Alue Dua
Bakaran Batee Kec. Langsa Baro |
| 6. E-Mail | : handayanimansur27@gmail.com |
| 7. Kewarganegaraan | : Indonesia |

B. ORANG TUA

- | | | |
|-----------|---|----------------------------------------------------------------|
| 1. Ayah | : | Mansur Musa (alm) |
| 2. Ibu | : | Malawati |
| 3. Alamat | : | Dusun Makmur Indah Alue Dua Bakaran Batee,
Kec. Langsa Baro |

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

- | | |
|-----------------------------|---------------------|
| 1. SD Negeri 1 Birem Rayeuk | : Tahun 2005 - 2011 |
| 2. MTS MUQ Langsa | : Tahun 2011 - 2014 |
| 3. SMK Negeri 2 Langsa | : Tahun 2014 - 2017 |
| 4. IAIN Langsa | : Tahun 2017 - 2021 |

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Langsa, 01 September 2021

Fitri Handayani

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 288 TAHUN 2021
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2021, Tanggal 23 November 2020.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 01 Juli 2021.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **Drs. Junaidi, M.Ed, MA** sebagai Pembimbing I dan **Nanda Safarida, ME** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Fitri Handayani**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4022017074, dengan Judul Skripsi : "**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga dalam Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT Bank Aceh Syariah Cabang Langsa)**".
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa
Pada Tanggal : 13 Juli 2021 M
03 Zulhijjah 1442 H



- Tembusan :
1. Ketua Jurusan/Prodi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Langsa;
 2. Pembimbing I dan II;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus IAIN Langsa, Jln. Meurandeh - Kota Langsa, Provinsi Aceh, Telp. 0641-22619/23129
Fax. 0641-425139 website : <http://www.febi.iainlangsa.ac.id> email : febi@iainlangsa.ac.id

Nomor : 54/In.24/FEBI/PP.00.9/02/2021
Lampiran : -
Perihal : **Mohon Izin Untuk Survei Awal**

Kepada Yth,
Pimpinan PT.Bank Aceh Syariah Cabang Langsa.
Di -
Tempat

Assalamu`alaikum Wr. Wb.,

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Langsa dengan ini memaklumkan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa kami
yang tersebut di bawah ini :

Nama : Fitri Handayani
Tempat / Tanggal Lahir : Langsa, 27 Desember 1999
Nomor Induk Mahasiswa : 4022017074
Jurusan : Ekonomi Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian di wilayah Bapak/Ibu, sehubungan dengan
penyusunan skripsi berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Seulanga iB
dalam menarik Minat Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Aceh Cabang
Langsa)".

Untuk kelancaran penelitian dimaksud kami mengharapkan kepada Bapak/ibu
berkenan memberikan bantuan sepenuhnya sesuai dengan ketentuan yang
berlaku, segala biaya penelitian dimaksud ditanggung yang bersangkutan.

Demikian harapan kami atas bantuan serta perhatian Bapak/ibu kami ucapkan
terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Langsa, 03 Februari 2021

Dekan

