



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
The Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK**

**SYARIAH INDONESIA KCP PEKANBARU UIN SUSKA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md)

Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



**OLEH**

**RINDI ASMARA**

**NIM. 02270223347**

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PERUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2025/2026**



UIN SUSKA RIAU

©

Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nama	:	Rindi Asmara
Nim	:	02270223347
Jurusan	:	D3 Manajemen Perusahaan
Fakultas	:	Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir	:	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska
Tanggal Ujian	:	08 Juli 2025

**Tim Penguji**

Ketua Penguji

**Astuti Meflinda, SE, MM**  
**NIP. 19720513 200701 2 018**

Sekretaris  
**Hijratul Aswad, SE, M.Ak**  
**NIP. 19860912 202012 1 006**

Penguji I

**Fakhrurrozi, SE,MM**  
**NIP. 19670725 200003 1 002**

Penguji II

**Saipul Al Sukri, M.Si**  
**NIP. 19860108 201903 1 007**

Dipindai dengan  
 CamScanner



UIN SUSKA RIAU

©

### LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rindi Asmara

NIM : 02270223347

Program Studi : D3 Manajemen Perusahaan

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia  
KCP Pekanbaru UIN Suska

#### DIKETAHUI OLEH PEMBIMBING

Dr. Julina, SE., M.Si  
NIP. 19730722 199903 2 001

#### MENGETAHUI

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
  
Dr. Desri Miftah, SE, MM, Ak  
NIP. 19740412 200604 2 002

Ketua Program Studi  
D3 Manajemen Perusahaan  
  
Henni Indrayani, S.E., M.M  
NIP. 19700802 199803 2 003

Dipindai dengan  
 CamScanner

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

©

Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rindi Asmara  
NIM : 02270223347  
Tempat/Tgl. Lahir : Dumai, 09 Juli 2004  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Program Studi : D-III Manajemen Perusahaan  
Judul TA : Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bank  
Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Tugas Akhir dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Tugas Akhir saya ini, saya menyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 15 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Rindi Asmara

NIM. 02270223347

Dipindai dengan  
 CamScanner



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP PEKANBARU UIN SUSKA

Oleh

**RINDI ASMARA**  
**NIM. 02270223347**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran produk tabungan yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pekanbaru UIN Suska Riau dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran (marketing mix) 7P, yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat dan loyalitas nasabah, khususnya di lingkungan akademik yang memiliki potensi pasar besar seperti kampus UIN Suska Riau. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara dengan pihak manajemen dan observasi langsung di lokasi penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran BSI KCP Pekanbaru UIN Suska telah dilaksanakan secara efektif. Produk tabungan yang ditawarkan beragam dan sesuai prinsip syariah, harga relatif terjangkau dan kompetitif, lokasi cabang strategis di lingkungan kampus, serta promosi dilakukan melalui media sosial, personal selling, dan pemanfaatan aplikasi digital seperti Beyond by BSI. Di sisi lain, sumber daya manusia memberikan pelayanan yang ramah dan informatif, proses pembukaan rekening mudah baik secara offline maupun online, serta didukung dengan fasilitas fisik yang memadai. Keseluruhan strategi ini secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan jumlah nasabah serta membangun citra positif BSI sebagai bank syariah yang inklusif dan modern.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Produk Tabungan, Marketing Mix 7P, Bank Syariah Indonesia, Digitalisasi, BSI KCP Pekanbaru UIN Suska.**



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGENTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang Berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska". Sesuai dengan yang harapan tanpa adanya hambatan apapun.

Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Junjungan alam yakni Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membawa ummat manusia dari alam kegelapan hingga ke alam yang terang-benderang pada saat ini. Semoga dengan seringnya bershholawat kepada Beliau kita mendapatkan Syafa'atnya di Hari Akhir kelak, Aamiin.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis menyadari ada kebenaran dan masih banyak kekurangan, jika terdapat kebenaran pada Tugas Akhir ini maka kebenaran tersebut datangnya dari Allah SWT. namun jika terdapat kesalahan dan kekurangan pada Tugas Akhir ini maka itu datangnya dari diri penulis sendiri, hal ini dikarenakan terbatasnya ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan pada penulisan Tugas Akhir ini penulis berharap ada kritikan dan saran yang membangun dari semua belah pihak sehingga dapat membawa perubahan dan perkembangan di masa yang akan datang.

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada kedua Orang Tua penulis, Ayahanda Sumani dan Ibunda Tumilawati serta Kedua saudara kandung, Fanji



UIN SUSKA RIAU

©

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiawan Widhodho dan Defitri Kesuma Wardani yang telah memberikan semangat dan bantuan baik berupa moril maupun materil sehingga kepada penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE., M.Si., Ak., CA Selaku Rektor Universitas Islam Sultan Syarif Khasim Riau;
2. Ibu Dr. Desrir Miftah, S.E., M.M.,AK Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
3. Ibu Henni Indrayani, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
4. Ibu Zulhaida, S.E., M.M Selaku Sekretaris Program Studi D3 Manajemen Perusahaan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau;
5. Ibu Sehani, S.E., M.M Selaku Dosen Penasihat Akademik Penulis;
6. Ibu Dr. Hj. Julina, S.E., M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang tidak pernah bosan membimbing penulis dalam pengerjaan Tugas Akhir ini;
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis;



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Pimpinan dan seluruh staf PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pekanbaru UIN Suska yang telah membantu memberikan informasi dan data yang dibutuhkan penulis;
9. Teman-Teman seperjuangan pada Program Studi D3 Manajemen Perusahaan, Khususnya Kelas B angkatan 2022, Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan ini dalam lelah kita saling menguatkan, dalam tawa kita saling menghibur. Semoga kebersamaan ini menjadi kenangan indah yang akan terus kita bawa ke mana pun langkah kaki ini melaju. Secara khusus, terima kasih juga saya sampaikan untuk seseorang yang tidak hanya teman satu kelas, tapi juga seseorang yang kini hadir lebih dari itu. Terima kasih atas pengertian, perhatian, dan segala bentuk dukungan yang diberikan. Semoga kita bisa terus tumbuh bersama dalam kebaikan, baik di dalam maupun di luar ruang kelas.
10. Semua pihak yang membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhirnya tidak ada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimakasih sebanyak-banyaknya, semoga Allah SWT. membala dengan balasan berlipat ganda, Aamiin.

Pekanbaru, 09 Juli 2025

**RINDI ASMARA**

**NIM. 02270223347**



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGENTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Metode Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
2.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) .....	10
2.2 Nilai- Nilai Perusahaan .....	12
2.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	12
2.4 Logo Perusahaan .....	13
2.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska Riau .....	14
2.6 Tugas- Tugas/Penjelasan Struktur pada PT Bank Syariah Indonesia KCP UIN Suska Riau .....	14
<b>BAB III TINJAUAN TEORI DAN PRAKTEK.....</b>	<b>19</b>
3.1 Tinjauan Teori.....	19
3.2 Tinjauan Praktek .....	35
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
4.1 Kesimpulan .....	57
4.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>



UIN SUSKA RIAU

**© Hak Cipta milik IAIN Sultan Syarif Kasim Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1	Jumlah Nasabah Penabung BSI, CIMB Niaga Syariah dan Bank Muamalat pada Tahun 2024 .....	3
Tabel 3. 1	Jenis Produk Tabungan BSI Berdasarkan Akad, Target Nasabah, dan Ketentuan Layanan .....	42
Tabel 3. 2	Tipe Kartu Debit Bank Syariah Indonesia Berdasarkan Biaya Administrasi dan Fitur Utama.....	53
Tabel 3. 3	Perbandingan Starategi Teori dan Praktek Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska.....	55



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Logo Bank syariah Indonesia .....	13
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi .....	14





UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan adalah satu industri jasa yang mampu mendorong suatu pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Menurut OJK (2017) Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalirkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Sistem perbankan di Indonesia memiliki dua macam sistem operasional perbankan.

Kedua sistem perbankan tersebut adalah bank konvensional dan bank syariah.

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dengan demikian, setiap aktivitas yang dilakukan pada bank syariah, baik penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dana memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah, yakni jual beli dan bagi hasil. Sedangkan, bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatannya secara konvensional, mengacu pada kesepakatan nasional maupun internasional, serta berlandaskan hukum formal negara.

Selain menjalankan tugas sebagai lembaga keuangan, perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dalam menggapai tujuan utamanya yakni menyejahterakan rakyat, perbankan



#### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

syariah menyajikan produk-produk keuangan untuk digunakan oleh nasabah.

Salah satu produk yang terdapat pada perbankan syariah ialah produk penyimpanan. Salah satu bentuk simpanan yang ada pada perbankan syariah ialah produk tabungan.

Tabungan merupakan salah satu produk yang diluncurkan oleh lembaga perbankan syariah. Produk tabungan adalah berbagai jenis rekening simpanan yang ditawarkan oleh BSI, yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Tabungan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah, baik individu maupun badan usaha, dengan berbagai fitur dan akad yang berbeda-beda.

Sebelum nasabah memutuskan untuk menggunakan produk tabungan sebagai tempat penyimpanan uang, nasabah perlu melakukan beberapa pertimbangan terlebih dahulu. Oleh karena itu, melalui strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi pendorong minat masyarakat dalam menggunakan produk tabungan. Dalam meningkatkan minat menabung pada produk tabungan, bank tentunya mempunyai strategi pemasaran yang digunakan untuk meluaskan pasar produk tabungan. Strategi marketing menurut Kotler (2016), adalah kumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran, sesuai target pasar yang telah ditetapkan.

Kemampuan bank dalam menarik perhatian nasabah akan menjadi penentuan agar nasabah tertarik untuk bergabung dan menjadi nasabah dari sebuah produk tersebut. Orang yang memiliki minat terhadap suatu objek baik itu barang atau jasa, cenderung mereka akan memberikan perhatian atau rasa

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

senang yang lebih besar terhadap objek tersebut dikarenakan mereka berminat pada objek itu, oleh karena itu setiap bank akan menerapkan strategi bersaing untuk meningkatkan minat nasabah demi kelangsungan serta kemajuan sebuah perusahaan.

Perbankan syariah masih mempunyai banyak kendala dalam mengembangkan kegiatannya karena, masih banyak masyarakat yang masih takut untuk menabung di bank syariah. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pemahaman masyarakat soal prinsip-prinsip sistem ekonomi syariah di Dunia perbankan dan masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Munculnya bank konvensional yang lebih banyak dari pada bank syariah juga dapat menyebabkan kurangnya minat menabung di bank syariah (Asmar, 2019).

**Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Penabung BSI, CIMB Niaga Syariah dan Bank Muamalat pada Tahun 2024**

no	Nama Bank	Jumlah nasabah penabung
1.	BSI	20.000.000
2.	CIMB Niaga Syariah	8.000.000
3.	Bank Muamalat	571.000

Pada Table 1.1 menunjukkan data jumlah nasabah penabung BSI, CIMB Niaga Syariah dan Bank Muamalat pada tahun 2024. Perbedaan mencolok dalam jumlah nasabah penabung pada tahun 2024, yaitu Bank BSI dengan 20 juta nasabah, CIMB Niaga Syariah dengan 8 juta nasabah, dan Bank Muamalat dengan 571 ribu nasabah..

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menghadapi persaingan antar lembaga finansial, maka setiap bank harus mengetahui kondisi pasar yang selalu berubah-ubah. Tentunya setiap bank memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda. Dengan adanya strategi pemasaran yang baik diharapkan dapat mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Strategi pemasaran perlu dilakukan karena dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda-beda keinginan dan kebutuhannya. Strategi pemasaran juga memiliki beberapa jenis segmentasi, segmentasi pasar yang dikembangkan untuk memilih salah satu pasar sasaran seperti pasar demografi, psikologi, dan geografi. Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan bisa menentukan jenis produk dan target pasar yang diinginkan yaitu penentuan suatu kelompok pasar yang dijadikan sasaran dalam memasarkan suatu jenis produk.

Pemasaran mempunyai peran penting dalam perusahaan, konsumen atau nasabah, dan masyarakat. Mengingat pemasaran sendiri berfungsi sebagai alat penarik nasabah agar produk yang ditawarkan diminati oleh masyarakat luas. Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran yang terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Kegiatan pemasaran ini diharapkan memberikan rasa puas kepada para konsumen agar dapat respon baik dari para konsumen. Menurut Kotler dan AB Susanto (2018) memberikan definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan dan keinginan mereka dengan, menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah nasabah yang menggunakan produk tabungan, strategi pemasaran juga diperhatikan dan dioperasikan oleh lembaga Bank Syariah Indonesia KCP UIN Suska yang mana merupakan sebuah unit bank kantor cabang pembantu yang beroperasi di jalan Gedung PKM UIN Suska, Jl. Soebrantas KM. 15. 085100312781. Strategi pemasaran ini digunakan dengan tujuan meningkatkan pangsa pasar produk tabungan yang ada pada lembaga Bank Syariah Indonesia KCP UIN Suska.

Pentingnya pemasaran dilakukan Bank Syariah Indonesia yakni untuk membangun kesadaran dan kepercayaan terhadap produk atau layanan yang mereka miliki, membangun citra perusahaan, menghadapi pesaing Global, serta mendukung inovasi dan pengembangan produk. Pemasaran ini adalah usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk dapat mengetahui perusahaan biasanya melakukan riset. Dari riset inilah perusahaan tau apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen yang sebenarnya.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Syariah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska”**.



©

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak, antara lain:

### 1.4.1 Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media referensi bagi peneliti selanjutnya yang nantinya menggunakan konsep dan dasar penulisan yang sama, yaitu mengenai konsep Pemasaran.

### 1.4.2 Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar dapat menjadi arahan dan pandangan bagi peneliti untuk menjadi lebih baik serta menjadi bahan perbandingan dan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### **1.4.3 Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pekanbaru UIN Suska.

### **1.5 Metode Penelitian**

Data yang digunakan pada penulisan ini adalah: Kualitatif karena, topik pada tugas akhir ini membutuhkan pemahaman mendalam terhadap proses, makna dan pengalaman yang tidak bisa diwakili hanya dengan angka atau statistik. Yang mana diperoleh melalui wawancara, observasi secara langsung, dokumentasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska.

#### **1.5.1 Sumber data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau perorangan atau suatu organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan peneliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa interview dan observasi.

##### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan sumber yang secara tidak langsung memberikan data, data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## © 1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam melakukan pengumpulan data digunakan beberapa metode, yaitu:

### 1. Observasi

Metode ini merupakan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis dengan mengamati secara langsung penerapan penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak BSI KCP Pekanbaru UIN Suska.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengamatan langsung dalam penelitian melalui pertanyaan-pertanyaan langsung kepada responden. Pada metode ini penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi informasi yang lebih tepat dari narasumber yang terpercaya.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan dokumen pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen.

## 1.5.3 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam laporan penelitian Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil suatu penelitian, tetapi tidak menarik kesimpulan yang lebih luas.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis melakukan pembagian pada beberapa bab, dan setiap bab penulis membagi lagi dalam beberapa sub-bab yang penulis uraikan sebagai berikut :

**BAB I : Pendahuluan**

Dalam bab ini penulis uraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II : Gambaran Umum Perusahaan**

Bab ini menjelaskan tentang sejarah perusahaan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Pekanbaru UIN Suska Riau, Visi, misi dan Struktur Organisasi.

**BAB III : Tinjauan Teori dan Praktek**

Bab ini menjelaskan Teori tentang Strategi Pemasaran dan juga praktik yang ada dilapangan.

**BAB IV : Penutup**

Pada bagian bab ini, penulis bagi menjadi 2 (Dua) sub-bab yaitu Kesimpulan dan Saran.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB II****GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN****2.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Bank Syariah Indonesia (BSI) secara resmi berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah Tbk. Pembentukan BSI merupakan bagian dari implementasi roadmap pengembangan keuangan syariah yang telah dirancang oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sejak tahun 2016, dengan tujuan memperkuat struktur industri perbankan syariah nasional.

Pada tahun 2019, OJK mendorong terjadinya konsolidasi antara bank-bank syariah milik BUMN sebagai langkah strategis untuk menciptakan lembaga keuangan syariah yang lebih kompetitif, efisien, dan berdaya saing global. Proses integrasi dimulai pada Maret 2020 dan berlangsung selama kurang lebih sebelas bulan, melalui sejumlah tahapan penting seperti penerbitan akta merger, keterbukaan informasi kepada publik, hingga pengajuan izin kepada otoritas terkait.

Nama entitas hasil penggabungan ditetapkan sebagai PT Bank Syariah Indonesia Tbk pada 11 Desember 2020, dan memperoleh izin resmi dari OJK pada 27 Januari 2021 melalui Surat Keputusan Nomor SR-3/PB.1/2021. Peresmian operasional BSI dilaksanakan pada 1 Februari 2021 oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, di Istana Negara. Dengan total aset awal mencapai lebih dari Rp240 triliun, BSI menjadi salah satu bank terbesar di

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia dan diharapkan mampu menjadi pilar utama dalam pengembangan ekosistem ekonomi dan keuangan syariah nasional serta bersaing di tingkat internasional.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.

Sejarah berdirinya Bank BSI memang membawa banyak perubahan terhadap industri perbankan syariah di Indonesia. Salah satu prestasi membanggakan yang dihasilkan oleh bank yang baru berusia 2 tahun ini adalah mendapat peringkat keenam sebagai bank dengan aset terbesar di Indonesia pada 2022.

Bank Syariah Indonesia atau dikenal dengan Bank BSI pertama kali berdiri pada 1 Februari 2019. Dari awal berdirinya bank ini, Hery Gunardi mendapat kepercayaan menjabat posisi Direktur Utama Bank BSI bersama Bob Tyasika Ananta sebagai Wakil Direktur Utama.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bank Syariah Indonesia didirikan untuk memberikan akses perbankan dan solusi keuangan syariah seiring bertumbuhnya penerapan gaya hidup halal di kalangan masyarakat muslim Indonesia. Namun berbeda dengan bank syariah lainnya, Bank BSI tidak hanya menjual kata “syariah” untuk menarik calon nasabah. Seluruh system perbankan, pelayanan, dan modal aset semuanya diterapkan menggunakan ajaran syariat Islam.

## 2.2 Nilai- Nilai Perusahaan

Salah satu bentuk nyatanya bisa dilihat dari nilai dan budaya yang diterapkan Bank BSI yang disebut “Akhlak”:

“New Core Value Ahklak”

Amanah : Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

Kompeten : Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

Harmonis : Saling peduli dan menghargai perbedaan

Loyal : Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara

Adaptif : Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan atau menghadapi perubahan

Kolaboratif : Membangun kerjasama yang sinergis.

## 2.3 Visi dan Misi Perusahaan

### 2.3.1 Visi Perusahaan

Top 10 Global Islamic Bank “Menjadi top 10 bank syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun”.

### 2.3.2 Misi Perusahaan

Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Melayani >20 jutanasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18 persen) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

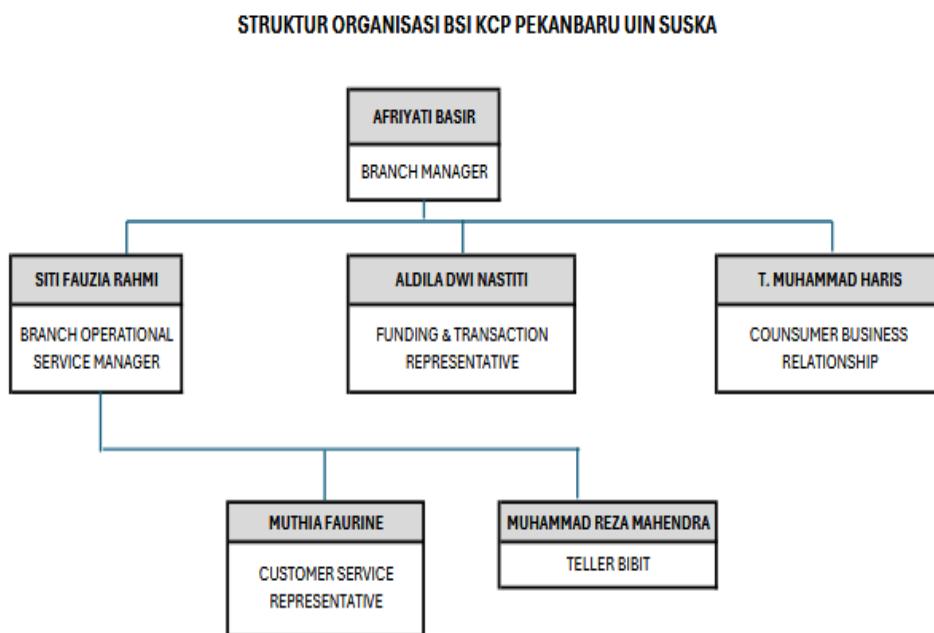
**2.4 Logo Perusahaan****Gambar 2. 1 Logo Bank syariah Indonesia**

Terdapat filosofi didalam logo BSI tersebut, seperti Bintang berwarna kuning yang melambangkan 5 sila Pancasila dan 5 rukun islam sebagai wajah baru setelah merger tiga bank syariah milik bank Himbara. Tulisan BSI juga mencerminkan Indonesia yang baik di tingkat Nasional maupun ditingkat Global.



©

## 2.5 Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi**

## 2.6 Tugas- Tugas/Penjelasan Struktur pada PT Bank Syariah Indonesia KCP

### UIN Suska Riau

Berikut penjelasan beserta tugas dari setiap karyawan PT Bank Syariah

Indonesia Tbk KCP Pekanbaru Panam:

#### 1. Kepala Cabang (Branch Manager)

Pada dasarnya sebuah entitas memiliki ketua atau kepala untuk memimpin supaya tujuan yang ingin dicapai terarah dan sesuai dengan visi dan misi. Nama lain ketua yaitu Kepala Cabang (Branch Operational), kepala cabang sendiri memiliki peran tugas sebagai perwakilan manajemen pusat dikantor cabang. Tugas dari kepala cabang yakni :

- 1) Menyusun serta mengatur strategi operasional kantor cabang;
- 2) Melakukan pengelolaan sumber daya dengan baik;

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Menganalisa dan mereview sasaran kinerja seluruh staff jajarannya;
- 4) Memonitor pelaporan setiap bidang internal maupun eksternal;
- 5) Membangun image office yang baik dan positif;
- 6) Mengarahkan kepala bidang, staff, serta mitra kerja untuk melaksanakan program kerja dan mencapai target yang telah ditetapkan; dan
- 7) Melaksanakan tugas dan tanggungjawab lainnya sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan Internal perusahaan.

**2. Branch Operational & Service Manager**

Operational and Services Manager berperan sebagai pembantu Kepala Cabang dalam melaksanakan kegiatan operasional kantor cabang yang mencakup:

- 1) Memperbaiki serta meningkatkan standard layanan Kantor Cabang;
- 2) Meningkatkan kualitas penanganan penyelesaian Handling Complain;
- 3) Mengawasi pengelolaan kegiatan umum, pembukuan, transaksi kliring, dan kegiatan operasional lainnya agar berjalan dengan lancar sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;

- 4) Memonitor terkait pengelolaan kas; dan
- 5) Mengelola aktivitas layanan financing operation pada masa transisi

**3. Funding & Transaction Representative (FTR)**

- 1) Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pemasaran produk keuangan;
- 2) Melakukan pembukaan rekening nasabah baru;

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Mempromosikan produk-produk perbankan seperti, rekening giro, rekening tabungan berjangka jangka pendek (short term), rekening tabungan berjangka jangka panjang (long term);
  - 4) Melakukan pengukuran efektivitas pemasaran produk;
  - 5) Memastikan produk keuangan yang ditawarkan laris dan diminati nasabah;
  - 6) Menyusun laporan detail secara berkala sebagai bahan evaluasi tahunan; dan
  - 7) Menjamin kelancaran proses pelaporan di akhir tahun.
4. Consumer Business Relationship (CBR)
- 1) Bertindak sebagai penghubung antara perusahaan dengan konsumen atau calon konsumen;
  - 2) Melaksanakan aktivitas penjualan produk perbankan dan keuangan;
  - 3) Menjalankan kegiatan pemasaran produk pembiayaan konsumen dan dana ritel;
  - 4) Merekendasikan produk pembiayaan dan dana ritel kepada calon nasabah;
  - 5) Menjalankan proses akuisisi calon nasabah sesuai prosedur yang berlaku;
  - 6) Menindaklanjuti pengajuan pembiayaan dari nasabah;
  - 7) Menyusun proposal pembiayaan dan permohonan kredit;
  - 8) Melaksanakan seluruh proses pembiayaan sesuai dengan ketentuan internal dan peraturan yang berlaku;

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 9) Membuat laporan kunjungan dalam aktivitas selling maupun cross selling; dan
  - 10) Membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan calon nasabah maupun nasabah existing.
  5. Customer Service Representative (CS)
- CS dikenal sebagai ujung tombak sebuah perusahaan, mengapa demikian? Karena CS bertugas sebagai penghubung langsung antara perusahaan dengan nasabah. Oleh karenanya seorang CS diharapkan dapat memberikan pelayanan serta penanganan yang baik terhadap nasabah. Tugas dari Customer Services sendiri adalah :
- 1) Memonitor serta mengatur kas sesuai dengan batas yang telah ditetapkan;
  - 2) Memonitor dokumentasi transaksi Customer Service;
  - 3) Menindaklanjuti penyelesaian handling complain;
  - 4) Memonitor penyelesaian cleansing data nasabah baru dan nasabah lama;
  - 5) Input data Nasabah;
  - 6) Membantu Nasabah dalam pembukaan rekening baru seperti Tabungan, Giro, dan Deposito;
  - 7) Verifikasi dan Pemeliharaan data Nasabah; dan
  - 8) Melaksanakan tugas dan tanggungjawab lainnya sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan Internal perusahaan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 6. Teller Bibit

Teller sendiri bertugas dan bertanggungjawab atas :

- 1) Melayani penarikan dan penyetoran uang tunai;
- 2) Melakukan pemeriksaan kas seperti penukaran mata uang asing;
- 3) Penerimaan simpanan;
- 4) Pencairan dan pemeriksaan cek;
- 5) Bertanggungjawab penuh atas kekurangan atau kelebihan dana; dan
- 6) Melaksanakan tugas dan tanggungjawab lainnya sebagaimana yang sudah ditetapkan dalam ketentuan Internal perusahaan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**BAB IV**  
**PENUTUP****4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan Pembahasan yang telah penulis lakukan sebelumnya, berikut ini penulis mengemukakan kesimpulan yang berhasil di rangkum, yaitu :

1. Strategi pemasaran menjadi kunci penting untuk meningkatkan kesadaran, kepercayaan, dan jumlah nasabah. Bank Syariah Indonesia (BSI), khususnya KCP UIN Suska, perlu mengoptimalkan strategi pemasaran agar produk tabungan lebih dikenal dan diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian mengenai strategi pemasaran produk tabungan untuk mengetahui efektivitasnya dalam meningkatkan pangsa pasar dan daya saing perbankan syariah.
2. Penerapan strategi marketing mix (7P) telah dilakukan secara optimal. Lokasi kantor yang strategis di lingkungan kampus UIN Suska menjadi salah satu keunggulan dalam aspek place, karena memudahkan akses bagi mahasiswa, dosen, dan masyarakat sekitar. Dalam aspek product, BSI menawarkan berbagai produk tabungan berbasis prinsip syariah yang bebas dari unsur riba dan bersifat transparan.. Dari segi price, biaya pembukaan rekening yang terjangkau serta bebas biaya administrasi untuk beberapa jenis produk membuat produk BSI kompetitif dibandingkan dengan bank lain. Sementara itu, strategi promotion dilakukan melalui berbagai media seperti spanduk, brosur, event kampus, personal selling, dan media sosial untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat. Aspek

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

people juga menjadi perhatian penting, di mana sumber daya manusia yang ada sudah kompeten, ramah, serta mampu membangun hubungan baik dengan nasabah. Pada aspek process, proses pembukaan rekening berjalan cepat dan efisien, dengan bantuan petugas seperti security dan customer service. Terakhir, dalam aspek physical evidence, BSI KCP Pekanbaru UIN Suska telah menyediakan fasilitas fisik yang nyaman dan lengkap, seperti ruang tunggu ber-AC, toilet bersih, tempat parkir luas, mesin ATM dengan berbagai pecahan serta mobil kas keliling.

**4.2 Saran**

1. Meskipun promosi telah dilakukan melalui media sosial, event, dan personal selling, Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru UIN Suska disarankan untuk meningkatkan frekuensi dan jangkauan promosi, terutama di media digital yang lebih aktif digunakan oleh generasi muda seperti mahasiswa. Atau kampanye digital interaktif dapat memperluas awareness produk tabungan.
2. Meskipun SDM dinilai sudah kompeten, pelatihan berkelanjutan mengenai teknik komunikasi pemasaran dan pemahaman mendalam terkait produk tabungan akan semakin memperkuat kualitas pelayanan dan pendekatan kepada calon nasabah.
3. Bank BSI sebaiknya menjalin kerja sama lebih luas dengan instansi pendidikan, komunitas, dan organisasi keagamaan untuk sosialisasi produk tabungan secara langsung melalui seminar, workshop, atau kegiatan keagamaan yang melibatkan masyarakat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah ayat 173.
- Al-Qur'an Dan Terjemahan Surah Al-Baqarah ayat 275.
- Al-Qur'an dan Terjemahan Surah Ali Imran ayat 159.
- David F.R. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus besar bahasa Indonesia* (Edisi ke-4). Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Hasibuan M. S. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia* Edisi Revisi. Jakarta: PT. Bumi. Aksara.
- Indonesia. (1998). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1998 Nomor 182. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2016). *Exploring strategy: Text and cases* (10th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kaplan, Robert S., dan David P. Norton. (2004). *Strategy Map : Converting Intangible Asset Into Tangible Asset*. USA: Harvard Business School Press.
- Kartono K. (2016). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (edisi revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Manajement*, 15th Edition New. Jersey: Pearson Prentice Hall.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler P. (2018). *Marketing Management* Edisi 14, Global Edition New Jersey. Pearson. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). London: Pearson Education.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: C.V. Graha Ilmu.
- Latumaerissa, J. A. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., Tobink, A. R., & Riduan. (2021). *Manajemen pemasaran: Pendekatan praktis dengan teori-teori para ahli*. Jakarta: PT. Atalya Rilene Sudeco.
- Nirwana, I. (2012). *Strategi pemasaran jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- OJK. (2024). Lembaga Perbankan, Institusi Perbankan di Indonesia, Online <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/ikhtisar-perbankan/Pages/Lembaga-Perbankan.aspx> (Diakses pada tanggal 19 Mai 2025 pukul 21:43)
- Siagian Sondang P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi. ISBN 978-623-7628-21-7.
- Stanton, W. J. (2018). *Fundamentals of marketing*. New York: McGraw-Hill.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Pekanbaru UIN Suska?
2. Tahun berapa PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska didirikan ?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan terhadap nasabah produk tabungan di PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska?
4. Bagaimana Strategi Pemasaran melalui place/Tempat yang dilakukan oleh pihak PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska?
5. Bagaimana Strategi Pemasaran melalui product/produk yang dilakukan oleh pihak PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska
6. Bagaimana strategi penasaran melalui price/harga yang dilakukan oleh pihak PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska?
7. Bagaimana promosi/promotion yang dilakukan oleh pihak PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska?
8. Dalam melakukan pemasaran melalui people, siapa saja yang bertanggung jawab penuh dalam memasarkan produk tabungan tersebut?
9. Bagaimana proces yang dilakukan dalam membuka produk tabungan di PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska?
10. Bagaimana physical evidance yang digunakan oleh PT. BSI KCP Pekanbaru UIN Suska dalam melakukan pemasaran?

## DOKUMENTASI



**Wawancara Bersama Ibu Siti Fauzia Rahmi**



**Dokumentasi Bersama Staf Teller dan Bank Syariah Indonesia KCP**

**Pekanbaru UIN Suska**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.