

MENELISIK STRATEGI MARKETING DALAM MENARIK MINAT NASABAH
MARKETING STRATEGY CARRIED OUT BY BANK MEGA SYARIAH KCP JEMBER TO ATTRACT CUSTOMERS TO OPEN HAJ SAVINGS

Hersa Farida Qoriani¹, Ahmad khoirul adian², Kivia Ababil³

¹²³UIN KIAI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER

adiannkhoirul@gmail.com

Abstrak: Dalam pembukaan tabungan haji ini Bank Mega Syariah KCP Jember memiliki strateginya sendiri, strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang berhubungan langsung dengan nasabah dengan harapan dapat menguntungkannya. Maka dari itu untuk mengetahui lebih lanjut perihal strategi pemasaran peneliti akan membahas tentang Strategi Marketing Yang Dilakukan Bank Mega Syariah Kcp Jember Untuk Menarik Minat Nasabah Membuka Tabungan Haji Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan Community-Based Participatory Research (CBPR). Hasil penelitian yaitu Strategi marketing yang dilakukan oleh bank mega syariah dalam produk tabungan haji ialah diantaranya : a. Pengiklanan, Pengiklanan produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember yaitu dengan memanfaatkan media sosial, karena dengan media sosial dapat dengan mudah di ketahui oleh masyarakat karena hampir semua orang di dunia saat ini menggunakan media sosial. b. Hubungan Masyarakat, Hubungan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga nama baik bank agar dapat mempertahankan reputasinya. C. Promosi , Promosi yang digunakan Bank Mega Syariah KCP Jember untuk menarik minat nasabah itu diantaranya : bank membuat program Top Up tabungan haji membuat spanduk dan brosur dengan tampilan semenarik mungkin. Penerapan strategi marketing pada bank mega syariah disini mampu memberikan dampak positif bagi Bank seperti halnya mempermudah segala aspek yang berkaitan dengan pelayanan nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan haji.

Kata Kunci: Strategi, Marketing, tabungan haji, Bank mega syariah kcp jember

Abstract: In opening this Hajj savings account, Bank Mega Syariah KCP Jember has its own strategy, a marketing strategy is an activity that deals directly with customers in the hope of benefiting them. Therefore, to find out more about the marketing strategy, the researcher will discuss the marketing strategy carried out by Bank Mega Syariah Kcp Jember to attract customer interest in opening Hajj savings. This research uses qualitative methods with a Community-Based Participatory Research (CBPR) approach. The results of the study, namely the marketing strategy carried out by mega Islamic banks in hajj savings products include: a. Advertising, advertising of hajj savings products carried out by Bank Mega Syariah KCP Jember, namely by utilizing social media, because social media can be easily recognized by the public because almost everyone in the world is currently using social media. b. Public Relations Public Relations aims to improve and maintain the good name of the bank in order to maintain its reputation. C. Promotions, promotions used by Bank Mega Syariah KCP Jember to attract customers include: the bank made a Hajj savings Top Up program, made banners and brochures that looked as attractive as possible. The application of a marketing strategy at mega sharia banks here is able to have a positive impact on the Bank as well as simplify all aspects related to customer service and increase the number of customers of haj savings products.

Keywords: Strategy, Marketing, Hajj savings, Bank Mega Syariah KCP Jember

Received	Revised	Published
05 Mei 2023	18 Mei 2023	31 Mei 2023

Pendahuluan

Pada dasarnya menunaikan ibadah haji adalah impian bagi seluruh umat muslim didunia, namun tidak semua muslim mampu menjalankan ibadah haji ini, salah satu kendala yang sering terjadi adalah factor biaya yang mana dari tahun ketahun biaya ini semakin naik (mahal) dari tahun ketahun apalagi dengan terkendalanya factor usia yang sudah tidak memungkinkan untuk melakukan keberangkatan walaupun pemberangkatannya sudah dekat (sudah ditentukan). Karna adanya masalah ini bank menyarankan calon jamaah haji untuk segera membuka rekening tabunga haji. Agar tabungan untuk keberangkatan hajinya cepat terkumpul dan tidak memberatkan calon jamaah haji jika mereka terlebih dahulu memiliki tabungan serta mempermudah calon jamaah haji untuk mengumpulkan biaya pendaftarannya.

Dalam pembukaan tabungan haji ini Bank Mega Syariah KCP Jember memiliki strateginya sendiri, strategi pemasaran adalah suatu kegiatan yang berhubungan langsung dengan nasabah dengan harapan dapat mengunggulkannya. Strategi pemasaran yaitu ekspetasi perusahaan yang diharapkan berdampak baik atau positif dalam segala aktivitas ataupun dalam program pemasaran pada permintaan produk terhadap pasar sasaran tertentu. Tentunya perusahaan dapat menggunakan dua bahkan lebih Teknik pemasaran dalam waktu bersamaan, seperti pengiklanan, promosi penjualan ataupun promo-promo yang diberikan.

Contoh yang dilakukan pada pemasaran produk tabungan haji di Bank Mega Syariah KCP Jember ini yang mampu melakukan pemasaran tabungan haji dengan dua Teknik (promosi) sekaligus dalam waktu yang bersamaan, selain dengan melakukan pengiklanan bank juga dapat mencari calon nasabahnya dengan cara turun langsung dalam masyarakat untuk mencari calon nasabah tabungan haji dan tidak hanya itu Bank Mega Syariah juga memberikan layanan voucher belanja senilai 100Rb kepada setiap nasabah yang telah membuka rekening tabungan haji.

Dalam melakukan strateginya Bank Mega Syariah KCP Jember sebagai salah satu Perbankan Syariah di Indonesia tentu saja harus mengetahui Batasan-batasan apa yang tidak dapat dilakukan atau dilarang didalamnya seperti membedakan halal dan haram. Karna tentunya bank ini berjalan sesuai dengan prinsip syariah yaitu prinsip yang berlandaskan syariat Islam, dikarnakan mayoritas masyarakat Indonesia beragama muslim hal ini menjadikan Bank Mega Syariah KCP Jember sebagai Perbankan Syariah relative cepat dalam kemajuannya walaupun dapat dikatakan Perbankan Syariah ini adalah landasan Perbankan yang baru dinegara kita atau tergolong Perbankan yang masih muda

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Community-Based Participatory Research* (CBPR) dengan metode kualitatif. Penelitian kualitatif berupa penelitian yang nantinya data-data tersebut dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambaran.

Tujuan pendekatan *Community-Based Participatory Research* (CBPR) adalah untuk memperkuat keterlibatan dan partisipasi komunitas dalam semua aspek penelitian. Dalam CBPR, peneliti bekerja sama dengan komunitas untuk menentukan pertanyaan penelitian, merancang penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, dan mengimplementasikan hasil penelitian. Tujuan akhirnya adalah untuk menghasilkan pengetahuan yang berguna bagi komunitas yang berpartisipasi dalam penelitian, serta memperkuat kapasitas komunitas untuk mengambil tindakan yang didasarkan pada temuan penelitian.

Paradigma yang mendasari penggunaan metode *Community-Based Participatory Research* (CBPR) adalah paradigma kritis atau kritis-interpretif. Paradigma ini menekankan pentingnya

memahami dan mengeksplorasi realitas sosial yang kompleks melalui perspektif kritis dan memperhatikan kepentingan serta partisipasi aktif dari masyarakat yang terlibat dalam penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Bank mega syariah berdiri pada 14 Juli 1990 pada awalnya Bank Mega Syariah ini dikenal sebagai PT Bank Umum Tugu atau disebut juga dengan sebutan Bank Tugu, Bank Tugu sendiri adalah Bank umum, setelah itu PT Mega Corpora (d/h para Group) diakui oleh PT Mega Corpora (d/h PT Para Global Investindo) dan PT Para Rekan Investama pada tahun 2001, pada tanggal 27 Juli 2004 perolehan yang diikuti oleh pergantian kegiatan usaha yang pada awalnya Bank Konvensional berubah menjadi Bank Umum Syariah yang kemudian diberi nama dengan sebutan Bank Mega Syariah Mega Indonesia (BSMI) lalu dilanjutkan dengan perubahan logo agar dapat meningkatkan pandangan masyarakat sebagai Lembaga keuangan syariah terdepan dan terpercaya.

BSMI ini resmi beroperasi pada tanggal 25 Agustus 2004, namun setelah 3thn beroperasi Bank Mega Syariah Indonesia (BSMI) memutuskan untuk melakukan perubahan logo tepat pada tanggal 7 November 2007, agar lebih dikenal sebagai bagian dari grup Mega Corpora. Sejak pada tanggal 2 November 2010 sampai saat ini yang dapat dikenal dengan sebutan Bank Mega Syariah.

Bank Mega Syariah memperoleh izinnya untuk beroperasi sebagai Bank devisa pada tanggal 16 Oktober 2008 dengan setatus tersebut Bank Mega Syariah dapat melakukan transaksi devisa dan juga dapat terlibat pada perdagangan internasional, strategi tersebut mampu memperluas pasar dan juga status bank devisa maka dari itu Bank devisa semakin memantapkan dirinya sebagai Bank Mega Syariah yaitu sebagai salah satu bank umum syariah yang maju terdepan dan terpercaya di Indonesia.

Kementerian Agama RI memberikan izin pada Bank Mega Syariah sebagai bank penyelenggara pelaksanaan biaya haji (BPS BPIH) Pada tanggal 8 April 2009, bank ini adalah bank syariah ke-8 yang tercatat sebagai BPS BPIH dan juga dapat tersambung secara online dengan sistem komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat), izin ini mampu menjadi dasar atau awal yang baik bagi Bank Mega Syariah itu sendiri agar mampu untuk melengkapi kebutuhan pada sistem perbankan syariah di Indonesia dalam pelaksanaan biaya haji.

Pada tahun 2018 Bank Mega Syariah ditunjuk oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) sebagai salah satu Bank penempatan, Bank penerimaan dan juga Bank Mitra Investasi. BPKH memberi kepercayaan pada Bank Mega Syariah untuk mengelola keuangan haji tersebut, pada tahun 2019 Bank Mega Syariah ditunjuk sebagai Bank Likuiditas yang memiliki tanggung jawab besar terhadap pengelolaan dana haji di Indonesia yang berkerjasama dengan BPKH.

Berdasarkan alat analisis yang digunakan tepatnya pada *Focus Group Discussion* (FGD) bersama dengan karyawan Bank Mega Syariah diperoleh hasil data pengabdian dibawah ini:

- 1) **Strategi Marketing Tabungan Haji Bank Mega Syariah**
Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan produk sesuai dengan targetnya. Menurut Chandra (2002) strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.
Langkah-langkah dalam merumuskan strategi pemasaran secara umum meliputi perencanaan strategi, pemilihan target market, merancang bauran pemasaran, dan melakukan analisa lingkungan pemasaran. Menurut Philip Kotler dalam Kismono (2011), terdapat empat langkah utama dalam proses pemasaran, yaitu:
 - a. Menilai peluang di pasar
 - b. Merumuskan sebuah strategi pemasaran yang berpusat pada pasar

- c. Menyusun strategi dengan menggunakan marketing mix
- d. Mengelola, mengimplementasi, serta mengawasi upaya-upaya pemasaran.

Kegiatan dalam pemasaran meliputi kegiatan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Menurut Umam dan Susanto (2013) tujuan dari melakukan kegiatan pemasaran adalah untuk menghantarkan nilai kepada customer agar memperoleh laba. Dalam mengembangkan strategi pemasaran hal yang perlu diperhatikan adalah customer value (nilai pelanggan).¹

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember untuk mempromosikan produknya kepada masyarakat terkait produk tabungan haji yang ada di Bank Mega Syariah. Dengan begitu masyarakat dapat dengan mudah mengetahui mengenai produk tabungan haji yang ada di Bank Mega Syariah KCP Jember. Adapun Strategi Pemasaran yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Pengiklanan

Pengiklanan merupakan cara yang cukup baik untuk memperkenalkan produk tabungan haji kepada masyarakat luas. Iklan ini adalah metode untuk memberitahukan produk tanpa harus bertemu calon nasabah secara langsung. Biasanya pengiklanan ini dilakukan melalui media cetak seperti koran, majalah, tabloid dan lain sebagainya. Adapula pengiklanan yang dilakukan melalui media elektronik seperti radio, televisi, ataupun internet.

Pengiklanan produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember yaitu dengan memanfaatkan media sosial, karena dengan media sosial dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat karena hampir semua orang di dunia saat ini menggunakan media sosial. Dalam promosi tersebut menjelaskan keunggulan dari produk tabungan haji yaitu : 1. Online Siskohat, 2. Gratis Voucher, dan 3. Gratis Biaya Administrasi Bulanan.

Gambar 2. Contoh pengiklanan produk tabungan haji



2. Hubungan masyarakat

Hubungan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga nama baik bank agar dapat mempertahankan reputasinya. Berdasarkan hasil penelitian Bank Mega Syariah KCP Jember berusaha membangun nama baik kepada nasabahnya dan masyarakat sekitar dengan cara memberikan pembagian sembako kepada masyarakat yang membutuhkan mulai dari

¹ Khairunisa, Mustapa Khamal Rokan "Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam". (Jurnal Penelitian Administrasi Publik: 2022).

tukang parker, bapak-bapak becak pengemis dan lain sebagainya dengan sembako berupa: beras, gula, kopi, minyak danlainsebagainya hal tersebut juga menjadi strategi agar masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah Bank Mega Syariah KCP Jember, hal ini juga menjadi alat sebagai pengenalan diri dari Bank Mega Syariah KCP Jember untuk mendukung tingkat keberhasilan produk-produk yang ditawarkan seperti produk tabungan haji.

3. Promosi

Promosi yang gunakan Bank Mega Syariah KCP Jember untuk menarik minat nasabah itu diantaranya : bank membuat program Top Up tabungan haji. Bagi setiap nasabah yang sudah memiliki rekening tabungan haji dan melakukan setoran tabungan minimal 1 juta mendapatkan voucher belanja di Transmart sebesar 100 rb dan berlaku kelipatan. Dengan adanya promosi ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membukan tabungan haji di Bank Mega Syariah KCP Jember.

Promosi ini dilakukan dengan membuat spanduk dan brosur dengan tampilan semenarik mungkin dengan desain yang bertuliskan “Top up tabungan haji iB anda mulai dari Rp 1 juta dapat Voucher hadiah Rp. 100.000 berlaku kelipatan loh”.

Gambar 3. Top up tabungan haji



Dari tahun-ketahun biaya haji tentunya relative semakin mahal, pada tahun 2020 lalu biaya haji pada Bank Mega Syariah KCP Jember sekitar 40 jutaan sedangkan di sekarang ditahun 2023 mencapai 70 jutaan , hal ini menjadi salah satu hambatan bagi Sebagian masyarakat yang memiliki perekonomian menengah kebawah, karna pada umumnya semua masyarakat muslim pasti memiliki keinginan untuk melakukan ibadah haji namun tidak semua mampu untuk melaksanakannya salah satu kendalanya yaitu pada biaya, maka dari itu Bank mega Syariah menyarankan untuk calon nasabah jamaah haji agar membuka rekening tabungan melalui Bank Mega Sayriah karna tentunya dengan menabung akan memudahkan calon jamaah haji untuk mengumpulkan biayanya, keuntungan yang akan didapat apabila calon jamaah haji membuka rekeningnya di Bank Mega Sayriah KCP Jember selain dengan adanya vincer belanja gratis dalam kelipatan 1 juta disetiap menabung dan juga apabila tabungan sudah mencapai 25 juta maka nasabah sudah akan mendapatkan korsi untuk keberangkatannya bahkan Bank Mega Syariah KCP Jember akan memberikan bingkisan berupa koper dan kain Ihram kepada nasabahnya koper dan kain Ihram ini akan diberikaan saat nasabah telah melakukan pelunasan biaya haji.

2) Produk Tabungan Haji pada Bank Mega Syariah

Tabungan Haji yang ada di Bank Mega Syariah KCP Jember itu ada dua yaitu ada tabungan haji dewasa dan tabungan haji anak (tabungan haji Qiu-Qiu). Dikarenakan sekarang ini masa tunggu pemberangkatan haji ini semakin lama maka dengan adanya tabungan haji anak ini merupakan solusi bagi para calon jamaah haji untuk mendaftarkan anaknya sejak dini. Dengan tabungan haji anak ini merupakan strategi yang efektif bagi Bank Mega Syariah KCP Jember untuk menarik minat calon nasabah untuk membuka rekening.

Gambar 4. Tabungan Haji Anak



Pembukaan rekening tabungan haji akan diproses apabila nasabah telah melengkapi persyaratan yang diberikan. Nasabah wajib datang langsung ke bank dan tidak boleh diwakilkan. Dalam pembukaan rekeningnya nasabah bisa langsung datang CS dengan membawa fotokopi KTP dan juga melampirkan fotokopi NPWP, untuk pembukaan rekening. Sedangkan untuk anak-anak cukup dengan melampirkan fotokopi KK, Akte dan Ijazah. Nasabah cukup membayar 100Rb untuk setoran awal dalam pembukaan rekening. Adapun syarat pelunasannya yaitu nasabah harus datang ke bank dengan membawa BPIH, SPPH, KTP, KK dan Foto uk3x4 5lembar, 4x6 1 lembar dengan bagroun putih.

Bank Mega Syariah KCP Jember juga ada tabungan haji talangan, tabungan ini merupakan kerjasama dengan Pegadaian dan Bank Bukopin. Hal ini juga merupakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember untuk mendapatkan nasabah tabungan haji. Jadi nasabah yang membuka tabungan haji di Pegadaian Atau pun di Bank Bukopin untuk pelunasannya bisa dilakukan di Bank Mega Syariah KCP Jember.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat kita ambil dari laporan Pengabdian yang kita susun adalah:

1. Strategi marketing yang dilakukan oleh bank mega syariah dalam produk tabungan haji ialah diantaranya :
 - a. Pengiklanan

Pengiklanan produk tabungan haji yang dilakukan oleh Bank Mega Syariah KCP Jember yaitu dengan memanfaatkan media sosial, karena dengan media sosial dapat dengan mudah di ketahui oleh masyarakat karena hampir semua orang di dunia saat ini menggunakan media sosial.
 - b. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga nama baik bank agar dapat mempertahankan reputasinya.
 - c. Promosi

Promosi yang digunakan Bank Mega Syariah KCP Jember untuk menarik minat nasabah itu diantaranya : bank membuat program Top Up tabungan haji membuat spanduk dan brosur dengan tampilan semenarik mungkin dengan desain yang bertuliskan “Top up tabungan haji iB anda mulai dari Rp 1 juta dapat Voucher hadiah Rp. 100.000 berlaku kelipatan loh”.

Ucapan Terima Kasih

Kepada Seluruh Pihak yang Terlibat dalam Penelitian di Bank Mega Syariah KCP Jember,

Dalam kesempatan ini, kami ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan setulus hati kami kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian kami di Bank Mega Syariah KCP Jember. Tanpa dukungan, bantuan, dan kontribusi berharga dari Anda semua, penelitian ini tidak akan dapat terwujud dengan baik.

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada tim manajemen Bank Mega Syariah KCP Jember yang telah memberikan akses dan izin untuk melaksanakan penelitian di institusi ini. Dukungan dan kerjasama yang diberikan oleh Anda semua telah memungkinkan kami untuk mengakses informasi dan melakukan studi yang diperlukan untuk penelitian ini.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf Bank Mega Syariah KCP Jember yang telah memberikan waktu, pengetahuan, dan keterlibatan aktif dalam proses penelitian ini. Kontribusi Anda dalam memberikan perspektif dan informasi yang berharga telah membantu kami memperoleh wawasan yang lebih dalam terkait strategi marketing dalam menarik minat nasabah membuka tabungan haji.

Selanjutnya, kami juga ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Keterbukaan dan kesediaan Anda untuk berbagi pandangan, pengalaman, dan harapan terkait tabungan haji di Bank Mega Syariah KCP Jember sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Kami menghargai kontribusi Anda dalam memberikan data yang berharga dan berperan penting dalam menginformasikan hasil penelitian kami.

Terakhir, namun tidak kalah pentingnya, kami juga ingin berterima kasih kepada institusi atau pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan finansial atau materi dalam pelaksanaan penelitian ini. Dukungan ini telah memungkinkan kami untuk melaksanakan penelitian dengan baik dan memperoleh hasil yang bermanfaat.

Kami berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan strategi marketing Bank Mega Syariah KCP Jember dalam menarik minat nasabah membuka tabungan haji. Semoga penelitian ini juga dapat menjadi acuan dan sumber inspirasi bagi penelitian dan pengembangan yang lebih lanjut di masa depan.

Sekali lagi, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Anda semua yang telah terlibat dalam penelitian ini. Tanpa kehadiran dan kontribusi Anda, penelitian ini tidak akan mungkin terlaksana dengan baik. Semoga kerjasama ini dapat terus berlanjut untuk kepentingan yang lebih baik di masa yang akan datang.

Referensi

Agustin Gesta Nabilla, Antje Tuasela. 2021 “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan

Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika”. *Jurnal Kritis* Vol. 2 No. 2. Sekolah Tinggi Ekonomi Jambatan Bulan. Diakses dari <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/178/120>

Arum Wahyuni Purbohastuti. 2021 “Efektifitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret”. *Jurnal Sains Manajemen* Vol. 7 No. 1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Diakses dari <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/SM/article/download/2707/1734/>

Elis Juliansyah. 2017 “Strategi Pengembangan Sumber Daya Perusahaan Dalam Meningkatkan Kinerja PDAM Kabupaten Sukabumi”. *Jurnal Ekonomak* Vol. 3 No. 4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi PGRI Sukabumi. Diakses dari <https://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/download/48/32>

Ismuadi, Israk Ahmadsyah, Aja Aulia Marzelin. 2022 “ Strategi Pemasaran Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Meulaboh”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* Vol. IV No 2. UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia. Diakses dari <https://jim.usk.ac.id/EKI/article/download/23056/10828>

Khairunisa, Mustapa Khamal Rokan. 2022 “Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam”. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* Vol. 2 No. 3. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara. Diakses dari <https://aksiologi.org/index.php/praja/article/view/342>

Muhammad Suhri. 2021 “Strategi Pemasaran Tabungan Haji Terhadap Minat Masyarakat DI Bank Syariah Mandiri Sumbawa Besar”. *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* Vol. 1 No.1. Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Watha-NTB. Diakses dari <https://jurnal.stainwsamawa.ac.id/index.php/al-bayan/article/download/14/4/32>

Nita Hernita. 2018 “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT. Rudi Karya Stone Majalengka)”. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Akuntansi* Vol. 5 No. 2. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. Diakses dari <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/mk/article/download/1330/1226>

Nuryadi Akbar. 2019 “Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Sudirman, Bogor)”. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* Vol. 3 No. 3. Universitas Ibn Khadun. Diakses dari <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/amwaluna/article/download/4260/2728>

Wardatul Hasanah. 2020 “Impelementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah KCP Jember” Istitut Agama Islam Negeri Jember. Diakses dari http://digilib.uinkhas.ac.id/1694/1/Wardatul%20Hasanah_E20161060.pdf

Wasifa Ihatul Omi. 2022 “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji iB Bank Mega Syariah KC Mataram Di Masa Pandemi Covid-19”. Universitas Islam Negeri Mataram. Diakses dari http://etheses.uinmataram.ac.id/2924/1/Wasifa%20Ihatul%20Omi_180502071%20pdf.pdf