

STRATEGI SOSIALISASI TABUNGAN EASY WADIAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA KC LUBUK PAKAM

Khairunnisa

Program Studi Perbankan Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Khairunnisa0122@gmail.com

Mustapa Khamal Rokan

Program Studi Perbankan Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
mustafarokan@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya tabungan BSI Easy Wadi'ah yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu: mengetahui strategi sosialisasi tabungan BSI wadi'ah pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam. Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan skunder. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode dokumentasi dan observasi serta wawancara. Dalam melakukan wawancara, penulis memilih 1 orang branch operation and service manager, dan 1 orang customer service sebagai informan karena memiliki peranan penting dalam memberikan informasi. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi sosialisasi tabungan BSI Easy Wadi'ah pada Bank Syariah Indonesia KC Lubuk Pakam yang terdiri dari 7P yaitu: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence.

Kata kunci: *Strategi, Sosialisasi, Tabungan, BSI Easy Wadi'ah*

A. PENDAHULUAN

Defenisi Bank menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, bahwa Bank adalah lembaga usaha yang menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkan kembali kepada masyarakat berbentuk kredit atau lainnya agar taraf hidup masyarakat meningkat. Yang mana lembaga perbankan memiliki jenis-jenisnya, yaitu: Bank Sentral, Bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat (BPR). Dan jenis Bank Umum dikategorikan menjadi 2 yaitu: Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Menurut Sudarsono Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah atau Islam. Menurut Schaik Bank Syariah adalah suatu bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam, yang dikembangkan pada abad pertengahan Islam

dengan menggunakan konsep bagi risiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang didasarkan pada kepastian dan keuntungan yang telah ditentukan sebelumnya. Sedangkan definisi Bank Syariah menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip syariah dan menurut jenisnya bank syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah), dan BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah)

Bank Syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank Syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia yang mana masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para banker berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter, pada 1999 berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, kemudian dikonversi menjadi Bank Syariah Mandiri, dan menjadi bank syariah kedua di Indonesia.

Bank Syariah Indonesia adalah bagian dari Bank Umum Syariah. Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger dari Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah, yang mana ketiga Bank Syariah tersebut resmi bergabung pada tanggal 01 Februari 2021. Sebagai bagian dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI), BSI KC Lubuk Pakam memiliki salah satu produk tabungan yaitu Tabungan Easy Wadi'ah. Berdasarkan BSI, Tabungan Easy Wadi'ah merupakan tabungan berprinsip wadi'ah dengan akadnya wadi'ah yad-dhamanah yang berarti dana yang disimpan atau dititipkan oleh nasabah boleh dimanfaatkan oleh BSI (Sumber: www.bankbsi.co.id).

Setiap bank syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Di dalam menawarkan produknya maka terjadinya persaingan antara bank-bank syariah sehingga perlu adanya strategi didalam promosi masing-masing bank tersebut. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang-kadang langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku, namun ada pula langkah yang relatif mudah. Di samping itu, banyak rintangan dan cobaan yang dihadapi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu, setiap langkah harus dijalankan secara hati-hati dan terarah.

Dikutip dari website www.bankbsi.co.id, "Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Alamiin)." Pemahaman masyarakat Indonesia terutama mayoritas Islam

dibutuhkan untuk kontribusi dengan menggunakan layanan BSI, namun yang ditemukan di lapangan praktek dari mahasiswa yang telah mempelajari Bank Syariah kurang karena tidak membantu mendukung penggunaan tabungan syariah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Strategi

Menurut David (2011) strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan dalam jangka panjang yang sudah ditargetkan dan disusun sebelumnya. Strategi bisnis meliputi perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, perluasan pasar, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venturedengan perusahaan terkait lainnya. Strategi merupakan suatu tindakan yang memerlukan peran dari manajemen puncak dan untuk menetapkan keputusan memerlukan sumber daya perusahaan.

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah oprasi-oprasi bisnis berskala besar, mengerakan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis. John A. Byrne mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.

Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persesip yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik

Sedangkan strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia, strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi merupakan sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Strategi mengamplifikasikan konsep manajemen dari lingkup bisnis, misi, maksud, dan tujuan.

Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi sebenarnya merupakan bidang yang mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural sosial dari sebuah masyarakat. Sosialisasi membahas interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Atas dasar tersebut, sosialisasi adalah bagian mata rantai terpenting di antara sistem sosial yang ada. Menurut Soejono Dirdjosisworo mengungkapkan bahwa pengertian sosialisasi memuat tiga arti, yaitu: 1) Proses belajar, yaitu suatu proses akomodasi di mana manusia menahan, mengubah impuls-impuls dalam dirinya dan mengambil cara hidup atau kebudayaan masyarakatnya; 2) Kebiasaan, dalam bersosialisasi setiap manusia mempelajari sikap, ide-ide, kebiasaan, pola-pola nilai dan tingkah laku, serta ukuran kepatuhan tingkah laku di dalam masyarakat di lingkungan ia hidup; 3) Sifat dan kecakapan, proses sosialisasi mengajarkan manusia untuk merangkai dan mengembangkan dari semua sifat dan kecakapan sebagai suatu kesatuan dalam diri seseorang. (Sumber: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-sosialisasi/#1_Soejono_Dirdjosisworo)

Menurut Gibson, pengertian sosialisasi adalah sebuah aktivitas mewujudkan dan mengintegrasikan dari organisasi demi tujuan organisasi maupun individu. Dua pengertian yang dilontar Gibson sangat tampak jelas bahwa individu yang bersosialisasi memiliki dua kepentingan yang berbeda, yakni kepentingan individu dan kepentingan organisasi. Menurut Robert M. Z. Lawang, pengertian sosialisasi merupakan proses mempelajari dan memahami norma, nilai, peran, dan semua persyaratan lainnya yang diperlukan guna kemungkinan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial. Menurut Bruce J. Cohen, pengertian sosialisasi merupakan proses seorang manusia dalam mempelajari sebuah nilai-nilai dan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Pelajaran tersebut bertujuan agar seseorang menjadi bagian dari masyarakat. (Sumber: https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-sosialisasi/#1_Soejono_Dirdjosisworo)

Pemasaran

Pemasaran dalam sebuah bisnis berkenaan dengan proses mengenali dan memenuhi kebutuhan customer. Menurut Kotler (2000) manajemen pemasaran merupakan sebuah seni dan ilmu dalam menentukan target market serta memperoleh, menjaga, dan mengembangkannya dengan cara menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan value pelanggan yang unggul. Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan rantai dari proses guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar mencapai kepuasan yang optimal kepada pelanggan di mana dilakukan oleh pemasar. Berdasarkan pemaparan definisi di atas dapat diambil sebuah kesimpulan. Pemasaran merupakan serangkaian daya dan upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai tujuannya.

Pengertian Strategi Pemasaran

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. Strategi pemasaran sendiri memiliki peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi suatu perusahaan. Selain itu strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang paling efektif dalam mengenalkan produk kepada konsumen. Strategi pemasaran dapat berjalan secara optimal apabila dalam perencanaannya dilakukan dengan matang dan terstruktur, serta mendapatkan dukungan dari semua pihak dalam perusahaan.

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 langka utama dalam proses pemasaran, yaitu:

1. Menilai peluang di pasar
2. Merumuskan sebuah strategi pemasaran yang berpusat pada pasar
3. Menyusun strategi dengan menggunakan marketing mix
4. 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).

Pengertian Wadiah

Secara etimologi, kata al-wadi'ah berarti menempatkan sesuatu yang ditempatkan bukan pada pemiliknya untuk dipelihara. Secara etimologi ada dua definisi al-wadi'ah yang dikemukakan pakar fiqih. Pertama, definisi yang dikemukakan oleh ulama hanafiyah. Menurut mereka, al-wadi'ah adalah: "mengikut sertakan orang lain dalam memelihara harta, baik dengan ungkapan yang jelas, melalui tindakan, maupun melalui isyarat." Kedua, definisi yang dikemukakan ulama malikiyah, syafi'iyah, dan hanabilah (jumhur ulama). Menurut mereka, al-wadi'ah adalah: "mewakilkkan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu."

C. METODE PENELITIAN

Dalam hal ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif di mana peneliti menggambarkan atau menguraikan keadaan bagaimana strategi sosialisasi atau pemasaran produk tabungan Easy Wadiah BSI KC Lubuk Pakam yang diamati di lapangan selama proses penelitian 1 bulan dengan lebih spesifik dan transparan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Sosialisasi Tabungan *Easy Wadiah* pada BSI KC Lubuk Pakam

Sosialisasi Tabungan *Easy Wadiah* yang dilakukan oleh Bank BSI KC Lubuk Pakam ternyata dengan menggunakan strategi pemasaran, dalam hal ini adalah bauran pemasaran. Terdapat tujuh komponen bauran pemasaran (7P) yang digunakan yaitu:

1. Produk (Product)

Tabungan Easy Wadi'ah merupakan salah satu dari produk pendanaan (funding) yang ditawarkan oleh Bank BSI. Tabungan tersebut menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah, yang berarti dana titipan dari nasabah boleh digunakan oleh pihak bank dan keuntungan sepenuhnya diperoleh untuk bank. Untuk melakukan pembukaan rekening, calon nasabah dapat mengakses melalui BSI Mobile maupun <http://webform.bsm.co.id>. Nasabah hanya perlu ke Bank untuk mengambil buku tabungan dan ATM saja. Bagi nasabah yang telah menggunakan BSI, dapat bertransaksi dengan memanfaatkan kemudahan menggunakan BSI Mobile atau BSI Net Banking.

2. Harga (Price)

Harga atau dalam hal ini biaya-biaya yang perlu dikeluarkan untuk proses pendaftaran hingga penggunaan tabungan merupakan suatu pertimbangan yang 30 penting bagi nasabah. Oleh karena itu Bank BSI KC Lubuk Pakam menawarkan price yang cukup kompetitif dengan rincian sebagai berikut:

- a. Biaya administrasi: gratis
- b. Setoran awal: Rp100.000,-

- c. Saldo minimal: Rp50.000,-
 - d. Biaya tutup rekening: Rp20.000
 - e. Biaya dormant/bulan: Rp5.000,-
 - f. Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak: Rp25.000,-.
3. Tempat (Place)
- Untuk dapat menjangkau customer, pemilihan tempat yang strategis merupakan pertimbangan penting. BSI KC Lubuk Pakam beralamat di Jl. Diponegoro No 45-46 Lubuk Pakam, Sumatera Utara. Lokasi tersebut sangat strategis dan mudah dijangkau karena berada di sekitar perkantoran, perbelanjaan, pertokoan, dan rumah penduduk. Di BSI KC Lubuk Pakam.
4. Promotion (Promotion)
- Dalam melakukan strategi promosi, BSI KC Lubuk Pakam menggunakan beberapa metode sebagai berikut:
- a. Periklanan (Advertising)
Merupakan sebuah alat utama yang digunakan oleh BSI KC Lubuk Pakam untuk memperkenalkan atau menginformasikan produk kepada nasabah. Periklanan yang dilakukan oleh BSI KC Lubuk Pakam dilakukan dengan memanfaatkan beberapa media periklanan, yaitu seperti banner, poster, serta melakukan periklanan melalui media sosial seperti facebook, instagram dan whatsapp.
 - b. Penjualan Pribadi (Personal Selling)
Strategi ini dilakukan dengan cara datang dan atau menghubungi melalui media komunikasi. Strategi tersebut biasanya dilakukan oleh unit marketing. BSI KC Lubuk Pakam menawarkan produk Tabungannya di instansi-instansi yang telah melakukan kerja sama. Para marketer biasanya juga mendatangi langsung ke kantor, rumah, untuk menawarkan produknya.
 - c. Promosi Penjualan (Sales Promotion)
Strategi ini dilakukan oleh BSI KC Lubuk Pakam dengan cara memberikan souvenir kepada nasabah. Seperti payung, gelas, kalender, dan lain-lain. Strategi tersebut merupakan salah satu strategi yang efektif guna menarik dan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BSI KC Lubuk Pakam.
5. Orang (People)
- Orang atau dalam hal ini karyawan merupakan salah satu unsur penting dalam dunia perbankan syariah. Sebab perbankan syariah merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa. Karyawan harus memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah. Pada prakteknya, yang terlibat langsung dengan nasabah yaitu, teller, customer service, satpam, dan marketer. Keempat peran tersebut di BSI KC Lubuk Pakam dituntut untuk berperilaku 5S (senyum, salam, sapa, sopan, santun) kepada nasabah demi kenyamanan nasabah.
6. Proses (Process)
- Proses merupakan keseluruhan kegiatan kerja yang melibatkan suatu prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, aktivitas dan rutinitas dengan produk atau jasa disalurkan kepada customer.
7. Bukti Fisik (Physical Evidence)
- Bukti fisik (Physical Evidence) merupakan wujud lingkungan fisik tempat jasa terjadi dan terdapat interaksi secara langsung dengan customer. Dalam hal ini

adanya kantor BSI KC Lubuk Pakam yang didesain untuk menunjukkan identitas dari BSI secara eksterior dan interior. Selain itu, kartu nama, seragam karyawan, halaman web (wujud jasa dalam bentuk virtual), merupakan bukti fisik lain yang dapat dilihat oleh nasabah.

Selain itu juga, customer service akan menanyakan kepada nasabah yang membuka akun rekening secara offline akan digunakan untuk apa rekening tersebut. Jika masih dalam konteks menabungnya pelajar atau mahasiswa akan dianjurkan menggunakan tabungan Easy Wadiah, tetapi customer service juga akan menjelaskan produk tabungan Easy Mudharabah. BSI KC Lubuk Pakam juga diamanahkan menjalin kerjasama dengan Pengadilan Agama Lubuk Pakam untuk pembayaran biaya persidangan perceraian, namun sebelum itu nasabah dianjurkan membuka rekening secara online dan dipandu customer service yang bertugas guna memudahkan nasabah dan tabungan tersebut dapat digunakan juga oleh nasabah untuk keperluan lainnya. Jenis tabungan yang dibuka adalah Easy Wadiah, yang mana nasabah juga mendapatkan pelayanan baik oleh customer service serta dijelaskan dengan rinci.

Tabungan BSI dan Keunggulan Tabungan *Easy Wadiah*

Jenis produk tabungan di BSI KC Lubuk Pakam Tabungan terdapat sebagai berikut:

1. Tabungan Easy Wadiah dan Mudharabah

Tabungan Easy merupakan produk tabungan unggulan dari Bank BSI. Bagi nasabah tabungan ini akan mendapatkan fasilitas kartu atm dan layanan mobile banking. Tabungan Easy dibagi menjadi dua, yaitu Easy Wadiah dan Easy Mudharabah.

Adapun keunggulan dari Easy Wadiah:

- Tidak akan dikenakan biaya administrasi bulanan.
- Tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri gratis.
- Transaksi di EDC Bank Mandiri, dan di EDC bank berjangkaran Prima tidak dikenakan biaya administrasi.
- Kartu ATM bisa digunakan di seluruh ATM BSI, Mandiri, Bersama, Prima, Link, dan mesin ATM berlogo VISA.

Sementara Easy Mudharabah menawarkan keunggulan:

- Tidak ada biaya tarik tunai di ATM BSI dan ATM Bank Mandiri.
- Biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri dan bank berjangkaran Prima gratis.
- ATM bisa digunakan di seluruh ATM BSI, Mandiri, Bersama, Prima, Link, dan ATM Berlogo Visa.
- Mendapatkan bonus bagi hasil sebesar 8-13% dari total keuntungan pengelolaan dana nasabah.

2. TabunganKu

Sama dengan tabungan bank-bank lainnya, Bank BSI juga memiliki produk TabunganKu. Produk ini diluncurkan untuk nasabah perorangan dengan syarat yang mudah dan ringan. Kemudahan tersebut diharapkan mampu meningkatkan budaya menabung di semua kalangan masyarakat. Setoran awal untuk membuka tabungan ini adalah Rp20.000 untuk tabungan tanpa ATM, dan Rp80.000 untuk tabungan dengan ATM.

Keunggulan dari TabunganKu:

- Syarat pembukaan yang mudah, cukup dengan KTP atau NPWP.
- Mendapatkan fasilitas e-banking yang lengkap, mulai dari BSI Mobile, hingga Internet Banking.
- Mendapatkan BSI Debit yang bisa sebagai ATM dan debit.
- Bisa menyalurkan zakat dengan mudah.

3. BSI Giro

Tabungan Giro adalah produk tabungan untuk perorangan atau badan usaha dalam bentuk rupiah maupun mata uang asing. Tapi giro di Bank BSI hanya bisa menggunakan rupiah saja. Penarikan saldo dapat dilakukan kapan saja, namun harus selama jam kerja, dengan menggunakan cek, bilyet giro, maupun kartu debit. Dana dalam Bank BSI Giro akan dikelola oleh Bank BSI dengan prinsip akad wadiah dengan perjanjian bonus sebesar 3% dari total keuntungan hasil pengelolaan dana. Untuk membuka tabungan ini nasabah harus melakukan setoran awal sebesar Rp500.000 dan saldo minimal juga Rp500.000.

Adapun keunggulan dari Bank BSI Giro:

- Transaksi mudah dengan cek atau bilyet giro.
- Mendapatkan bonus bulanan sesuai dengan kontrak dan kebijakan Bank BSI.
- Mendapatkan laporan keuangan setiap bulannya.

4. Tabungan Pensiun

Sesuai dengan namanya, Tabungan Pensiun merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia yang diperuntukan bagi nasabah perorangan untuk mempersiapkan masa tua mereka. Dana nasabah akan diserahkan ke Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank BSI.

Adapun kelebihan produk ini:

- Syarat pembukaan rekening yang sangat mudah.
- Mendapatkan fasilitas BSI Mobile dan internet banking.
- Mendapatkan fasilitas BSI Debit Co Branding Taspen yang bisa dijadikan kartu ATM dan Debit.

5. Tabungan Maburr

Tidak sah rasanya kalau bank syariah tidak memiliki tabungan haji dan umroh. Produk tabungan Bank Syariah Indonesia yang terakhir adalah Tabungan Maburr. Tabungan ini berbentuk tabungan rupiah, yang dikhususkan untuk persiapan keberangkatan haji dan umroh nasabah. Jadi, misalnya kamu berniat untuk menunaikan ibadah di Tanah Suci, bisa buka tabungan ini biar uangnya tidak terpakai. Setoran awal untuk membuka Tabungan Maburr terbilang ringan, cukup Rp100.000 saja. Jika sudah kekumpul sampai Rp25.100.000, akan didaftarkan ke Siskohat Kementerian Agama.

Keuntungan menjadi nasabah Tabungan Maburr:

- Apabila telah terdaftar nomor porsi, nasabah bisa menggunakan kartu ATM di provider VISA dan Mastercard.
- Mendapat layanan e-banking, mulai dari SMS banking, mobile banking, dan internet banking.
- Tidak ada biaya administrasi.

- Mendapatkan kemudahan dalam mendapatkan porsi keberangkatan haji.
- Pelunasan biaya haji bisa dilakukan online.

Sementara untuk keuntungan produk tabungan Easy Wadiah. tabungan Easy Wadi'ah ini merupakan produk tabungan untuk nasabah perorangan. Akad yang melandasi produk ini yaitu wadi'ah yad dhamanah di mana nasabah menitipkan dananya dan Bank BSI boleh mengelola dana tersebut. Produk tabungan ini memiliki salah satu keunggulan yaitu gratis biaya admin bulanan sehingga sangat mendukung bagi nasabah yang tidak ingin saldonya terpotong setiap bulannya. Mata uang yang digunakan pada produk tabungan ini hanya Rupiah. Fasilitas yang diperoleh apabila membuka rekening tabungan Easy Wadi'ah yaitu mendapatkan buku tabungan, kartu ATM, dan mobile banking. Dengan rincian di atas, dibandingkan penawaran produk bank lain, Tabungan Easy Wadi'ah cukup menguntungkan sebab tidak ada biaya administrasi bulanan. Meskipun nilainya tidak besar, setidaknya nasabah dapat mengurangi pengeluaran.

Bank BSI KC Lubuk Pakam memberikan rincian biaya yang perlu dikeluarkan nasabah sebagai berikut:

Keterangan	Penjelasan
Biaya administrasi	Nasabah tidak dikenakan biaya administrasi setiap bulannya
Setoran awal	Setiap nasabah yang akan membuka rekening melakukan setoran awal sejumlah Rp100.000,-
Saldo minimal	Saldo sudah otomatis mengendap dalam rekening sejumlah Rp50.000,-
Biaya tutup rekening	Apabila rekening akan ditutup maka dikenakan biaya sejumlah Rp20.000
Biaya dormant	Biaya yang dikenakan apabila selama 36 bulan rekening tersebut tidak ada transaksi atau tidak aktif. Dikenakan biaya sejumlah Rp5.000,- per bulan
Biaya pengganti kartu ATM	Apabila kartu ATM hilang/rusak maka untuk penggantian kartu ATM yang baru maka dikenakan biaya sejumlah Rp25.000,-

Ditinjau dari hal ini untuk nasabah yang menggunakan produk tabungan Easy Wadiah lebih diuntungkan dari sisi bebas biaya administrasi, gratis biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri, dan bebas biaya transaksi. Uang nasabah produk tabungan easy wadiah tidak akan diputar karena pada hakikatnya menggunakan akad titipan, yang mana jika perusahaan mendapatkan laba nasabah produk tabungan Easy Wadiah tidak berhak menerima keuntungan tersebut dan jika perusahaan mendapatkan kerugian dan mengharuskan tutup usaha maka uang ataupun simpanaan tabungan nasabah produk tabungan Easy Wadiah harus dikembalikan sesuai dengan saldo semestinya,

Penumbuhan kontribusi masyarakat Islam Indonesia untuk penggunaan tabungan BSI

Dunia perbankan telah mengetahui bahwa strategi pensosialisasi yang dianggap paling berhasil yaitu promosi, karena dengan adanya promosi maka nasabah atau calon nasabah akan mengetahui produk yang ada di Bank BSI, dengan begitu akan membuat nasabah dan calon nasabah tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Sedangkan strategi yang paling sulit untuk diterapkan yaitu proses, karena yang diketahui masyarakat awam masih menganggap bank konvensional dan bank syariah sama. Di sinilah tugas dunia perbankan menjelaskan ke masyarakat awam mengenai bank syariah melalui dari lingkup kecil, keluarga dan orang terdekat terlebih dahulu.

Dunia perbankan juga harusnya dapat bekerjasama dengan Organisasi Ekonomi mahasiswa Islam untuk mempromosikan BSI, dengan begitu masyarakat akan semakin mengenal dan ikut berkontribusi untuk penggunaan Tabungan serta Pembiayaan pada BSI. BSI juga harus mengikuti perkembangan bank konvensional agar tidak tertinggal dalam hal teknologi dan pelayanan bank syariah harus lebih unggul dan memberikan pelayanan yang terbaik.

E. KESIMPULAN

Dalam pembahasan yang berjudul “Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah Pada BSI KC Lubuk Pakam” kita dapat mengambil kesimpulan yaitu bahwa Tabungan Easy Wadiah dari BSI KC Lubuk Pakam merupakan tabungan yang menggunakan akad wadiah yad dhamanah di mana nasabah menitipkan dananya pada bank dan bank boleh memanfaatkan dana tersebut. Adapun mata uang yang digunakan dalam tabungan ini adalah Rupiah dan tidak ada mata uang lainnya. Dengan membuka tabungan Easy Wadiah, ada banyak fasilitas yang dapat diperoleh nasabah. Salah satu yang paling penting di kondisi pandemi ini adalah adanya mobile banking dan net banking.

Strategi sosialisasi menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence (7P) dilaksanakan dengan cukup baik agar dapat menarik minat nasabah serta tidak luput pula dengan pelayanan yang diberikan juga baik. Dan untuk menumbuhkan kontribusi masyarakat dalam penggunaan tabungan BSI dapat bekerjasama dengan organisasi ekonomi mahasiswa keislaman ataupun organisasi di luar itu untuk membantu mempromosikan jenis produk tabungannya agar BSI semakin dikenal oleh masyarakat. Peran mahasiswa/i perbankan syariah juga penting untuk menjelaskan bank syariah kepada masyarakat awam yang masih menganggap bank syariah dan konvensional itu sama padahal terdapat perbedaan yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, Gregorius. (2002). *Strategi dan Program pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pusat Utama, cet. Ke-4.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, cet. ke-1.

Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta :Prenada Media Group, cet. ke-1.
Mujahidin, Akhmad. (2016). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta : PT. Raja
Grafindo Persada, cet. Ke-1
Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Gramedia
Pustaka Utama.

<https://www.bankbsi.co.id> diakses pada 05 April 2022

https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-sosialisasi/#1_Soejono_Dirdjosisworo