

Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah

^{1*}Sheilamida Nanda Muhaeni, ²Phatriakalista Intan Apsari, ³Moh. Yusron, ⁴Arin Setiyowati
Universitas Muhammadiyah Surabaya
*akumuha00@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Submit:
5 Februari 2022
Accepted:
6 Maret 2022
Publish:
15 Maret 2022

Article Type:
Field Research

ABSTRACT

This research is the result of a qualitative research that aims to explain and analyze the Marketing Strategy of Easy Wadiah Savings Products BSI KCP Rungkut 1 Surabaya. This research includes Field Research where the author examines directly in the field to collect the data he wants to find. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection techniques were carried out by observation, interviews, and literature studies. The results obtained are that Wadiah is a deposit from one party to another, both individuals and legal entities that must be guarded and returned whenever the depositor wants it. This paper also explains the tariffs and costs of the Easy Wadiah Savings product at Indonesian Islamic Bank KCP Rungkut 1 Surabaya and the marketing strategies used to market the Easy Wadiah Savings product. From the results of this study, the advice that can be given is that BSI KCP Rungkut 1 Surabaya can introduce BSI products, especially the Easy Wadiah Savings product to the public and its advantages are as wide as possible by increasing promotion through social media and BSI in the future can further improve quality, one of which is improving service. maximum capacity, more complete facilities and infrastructure, more stable management so that BSI vision and mission can be achieved.

KEYWORD:

Bank Syariah Indonesia
Tabungan Easy Wadiah
Strategi Pemasaran

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis mengenai Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah BSI KCP Rungkut 1 Surabaya. Penelitian ini termasuk penelitian Field Research yang dimana penulis meneliti secara langsung di lapangan untuk mengumpulkan data-data yang ingin dicari. Sumber data yang digunakan yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian yang diperoleh yaitu bahwa Wadiah sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Tulisan ini juga menjelaskan mengenai tarif dan biaya produk Tabungan Easy Wadiah di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya beserta strategi pemasaran yang digunakan untuk memasarkan produk Tabungan Easy Wadiah. Dari hasil penelitian ini saran yang dapat diberikan adalah bahwa BSI KCP Rungkut 1 Surabaya bisa lebih mengenalkan produk BSI khususnya produk Tabungan Easy Wadiah kepada masyarakat dan keunggulannya seluas mungkin dengan meningkatkan promosi melalui sosial media dan BSI untuk kedepannya dapat lebih meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga visi dan misi BSI dapat tercapai.

Copyright © 2022. **Musyarakah: Journal of Sharia Economics (MJSE)**,
<http://journal.umpo.ac.id/index.php/musyarakah>. All right reserved
This is an open access article under the CC BY-NC-SA license 

1. PENDAHULUAN

Persaingan perbankan dan bisnis saat ini berubah semakin ketat dipasar domestik maupun pasar internasional, yang mana kondisi tersebut juga berhadapan dengan sistem pasar global.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Karena salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebaskan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang dijanjikan. Dalam kegiatan operasionalnya, bank syariah mempunyai peran sebagai lembaga perantara yang mengalami kelebihan dana dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana (Novianto, 2021).

Bank syariah saat ini menawarkan berbagai macam produknya kepada masyarakat sebagai tempat penghimpunan dan penyaluran dana kepada unit-unit yang membutuhkan. Pada operasinya bank syariah tidak hanya berprinsip mencari keuntungan saja, melainkan memerhatikan aspek-aspek sosial di dalamnya. (Dian Lailatullailia et al., 2021) Bahkan secara hukum bank syariah diatur dalam peraturan BI Nomor 6/24/PBI/2004 tentang Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah. Pada pasal 36 dijelaskan bahwa Bank wajib menerapkan prinsip syariah dan prinsip kehati-hatian dalam melakukan kegiatan usahanya, yakni meliputi melakukan penghimpunan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan investasi, salah satunya yaitu tabungan (Wijaya, 2021).

Dalam produk tabungan di perbankan syariah biasanya ada dua bentuk pilihan tabungan, tabungan dengan akad *mudharabah* dan tabungan dengan akad *wadiah*. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 19 ayat 1 tentang Perbankan Syariah yang mengatur tentang kegiatan usaha Bank Umum Syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan Unit Usaha Syariah disebutkan bahwa kegiatan Usaha Bank Umum Syariah adalah menghimpun dana dalam bentuk simpanan dalam bentuk giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *wadiah* atau akad lain yang tidak bertentangan prinsip syariah (Jalahudin, 2015). Wadiah sebagai salah satu prinsip Islam yang digunakan dalam produk penghimpunan dana di perbankan syariah, diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 02 tentang Tabungan.

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank Syariah yang didirikan pada 01 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan merger dari 3 Bank BUMN yaitu PT Bank BRIs syariah Tbk, PT Bank BNI Syariah dan PT Bank Syariah Mandiri. Dengan merger ini maka perbankan syariah di Indonesia akan menjadi lebih inovatif, lebih bermanfaat, dan lebih kuat sehingga bisa menjadi bagian dari motor pembangunan Indonesia. (Intan Apsari et al., 2022)

Dalam praktik perbankan khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya memang banyak sekali produk tabungan, salah satunya adalah Tabungan Easy Wadiah. Keunggulan dari Tabungan easy wadiah, antara lain: (a) Setoran awal ringan, (b) Biaya murah, (c) Memperoleh kartu ATM, (d) Memperoleh buku Tabungan, (e) Kemudahan transaksi dengan BSI Mobile dan BSI Internet Banking, dan (f) Bebas biaya administrasi bulanan.

Dengan mengetahui keunggulan produk tabungan easy wadiah tersebut, maka berdasarkan pengamatan yang kami lakukan memang banyak nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan produk tabungan easy wadiah jika ingin membuka rekening tabungan di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya. Maka, untuk mendukung kesuksesan strategi pemasaran yang diinginkan perlu dirancang suatu rencana pemasaran (*marketing plan*) yang benar-benar mumpuni. Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level strategis dan taktis. Rencana pemasaran stratejistik membentangkan pasar sasaran dan proporsi nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana

pemasaran taktis mengspesifikasikan taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan (Muflihatin et al., 2021). Oleh karena itu, dari latar belakang diatas kami tertarik untuk menuliskan dan menganalisa mengenai strategi pemasaran Tabungan Easy Wadiah yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya.

2. KAJIAN PUSTAKA

a. Strategi Pemasaran

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin beragam yang mengakibatkan keterbukaan pasar, sehingga persaingan antar produsen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari konsumen dapat dipenuhi, serta kepuasan yang didapatkan oleh konsumen secara maksimal. Tujuan dari bisnis adalah menciptakan rasa puas pada konsumen. Maka dari itu sudah menjadi kewajiban bagi seluruh perusahaan untuk mempunyai strategi dalam menghadapi persaingan yang terjadi. Strategi pemasaran sebuah perusahaan memiliki peran yang sangat penting untuk dapat mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bagian pemasaran menjadi bagian yang berperan sangat penting dalam mewujudkan rencana usaha.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan sebuah rencana yang cermat mengenai suatu kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi juga merupakan sebuah kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis (Harmoko, 2018).

Sedangkan untuk definisi pemasaran menurut Kotler dan AB Susanto (2000) adalah Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Defenisi ini berdasarkan pada konsep inti : kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk; nilai, biaya dan kepuasan; pertukaran, transaksi, dan hubungan; pasar, pemasaran, dan pemasar (Karim, 2017). Pengertian lain menyebutkan bahwa Pemasaran merupakan semua aktivitas yang dilakukan dengan tujuan untuk mencari dan menyakinkan calon konsumen agar membeli produk yang berpengaruh terhadap laba perusahaan. Proses pemasaran biasanya melibatkan aktivitas yang membuat para konsumen membeli sebuah produk, menandatangani sebuah kontrak dan saling bertukar keuntungan atas apa yang ditawarkan (Syahrizal & Setiawan, 2019).

Oleh karena itu, strategi pemasaran didefinisikan sebagai sebuah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Di dalam strategi pemasaran tercantum keputusan- keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan poduk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.

b. Akad Wadiah

Al Wadiah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Wadiah menurut pasal 20 ayat 17 komplikasi Hukum Ekonomi Syariah ialah penitipan dana antara pihak pemilik dengan pihak penerima titipan yang dipercaya untuk menjaga dana tersebut. Aplikasi wadiah terhadap dalam fatwa DSN-MUI No.36/DSN-MUI/X/2002 tentang sertifikat wadiah Bank Indonesia. Setelah diketahui

definisi wadiah, maka dapat dipahami bahwa yang dimaksud wadiah adalah penitipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan benda untuk dijaganya secara layak. Apabila ada kerusakan pada benda titipan tidak wajib menggantinya, tapi bila kerusakan itu disebabkan oleh kelalaiannya maka diwajibkan menggantinya (Desminar, 2019). Dalam perbankan Syariah tanpa salah satu rukun wadiah maka proses wadiah itu tidak berjalan/terjadi/sah. Menurut Pasal 413 ayat (1) rukun Wadiah terdiri atas:

- 1) Ada Muwaddi' yang bertindak sebagai pemilik barang/uang sekaligus yang menitipkan/menyerahkan.
- 2) Ada Mustawda yang bertindak sebagai penerima simpanan atau yang memberikan pelayanan jasa.
- 3) Kemudian diakhiri dengan Ijab Qabul (*Sighat*), yang biasanya ditandai dengan penanda tangan surat/buku tanda bukti penyimpanan (Lutfi, 2020).

c. Bank Syariah Indonesia

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

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 (Indonesia, 2021b).

- 1) Visi, “menjadi salah satu dari sepuluh bank syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan”.
- 2) Misi, (a) memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia; (b) menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham; (c) menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.
- 3) Nilai-Nilai Perusahaan yang ada di Bank Syariah Indonesia, yaitu: (a) amanah (memegang teguh kepercayaan yang diberikan); (b) kompeten (terus belajar dan mengembangkan kapabilitas); (c) harmonis (saling peduli dan menghargai perbedaan); (d) loyal (berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara); (e) adaptif (terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan perubahan); dan (f) kolaboratif (membangun kerjasama yang sinergis).

3. METODE PENELITIAN

Metodologi yaitu sesuatu yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar lebih tertata dan terstruktur sesuai dengan yang dikehendaki. Metodologi sesuatu sangat penting karena dengan adanya metodologi dapat mempermudah pelaksanaan suatu kegiatan dan mencapai sesuatu yang diharapkan. Metodologi penelitian akan lebih baik jika disesuaikan dengan subjek/objek penelitian.

- a. Jenis Penelitian. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*) Penelitian yang dimana penulis meneliti secara langsung di lapangan untuk mengumpulkan data-data yang ingin dicari. Penelitian ini diambil dari data-data yang telah diambil melalui pendekatan secara langsung kepada narasumber terkait. Penelitian ini bersifat analisis deskriptif kualitatif, menurut I Made Winartha (2016:155) analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, mendeskripsikan suatu kondisi melalui berbagai data yang telah dikumpulkan. Penelitian ini mengambil data secara langsung di lapangan dengan wawancara kepada informan terkait dengan penelitian yang dilakukan.
- b. Sumber Data. Sumber data yaitu sumber informasi yang didapatkan yang kemudian untuk diolah menjadi sebuah informasi baru, data dapat diperoleh melalui dua sumber, yakni (a) data primer, yaitu data yang bersumber dari informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Kata-kata atau ucapan lisan dan perilaku manusia merupakan data utama atau data primer dalam suatu penelitian, diamati dan dicatat secara langsung seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti mengambil data secara langsung dengan wawancara kepada pihak Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya; dan (b) data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari data yang sudah ada, Sumber data sekunder yang dimaksud berupa buku dan laporan ilmiah primer atau asli yang terdapat di dalam artikel atau jurnal (tercetak dan/atau non-cetak). Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dari jurnal-jurnal, buku-buku, dan literature mengenai Strategi Pemasaran, dan Tabungan Easy Wadiah.
- c. Teknik Pengumpulan Data. (a) Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, yang disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan langsung berkaitan dengan Strategi Pemasaran Tabungan Esay Wadiah di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya. Observasi di lakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya; (b) wawancara adalah proses komunikasi antara pencari informasi (interviewer) dan pemberi informasi (informan). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur yakni terkait Startegi Pemasaran Produk Tabungan Esay Wadiah Di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya; dan (c) studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka dengan cara pengumpulan buku-buku, bahan-bahan tertulis, serta referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Dalam hal ini penulis mengambil data pendukung melalui buku-buku, jurnal-jurnal dan literatur mengenai tabungan easy wadiah dan strategi pemasaran.
- d. Teknik Analisis Data. Analisis data merupakan Langkah yang terpenting untuk memperoleh temua-temuan hasil penelitian. Analisis data yaitu proses pengumpulan data agar dapat ditafsirkan. Analisis data dilakukan pada saat mengumpulkan data dan setelah pengumpulan data. Ada tiga tahap kegiatan yang dilakukan dalam analisis data dalam penelitian ini, yaitu: (a) data reduction, tahap ini merupkana proses pemilihan, pengabstraksian dan pentransformasikan data kasar yang diambil dari lapangan. Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data menjadi bentuk tulisan yang akan dianalisis; (b) data display, setelah data-data tersebut terkumpul

kemudian peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok-kelompok agar peneliti lebih mudah untuk melakukan pengambilan kesimpulan; dan (c) conclusion drawing, tahap ini, peneliti membandingkan data-data yang sudah didapat dengan data-data hasil wawancara dengan subjek dan informan yang bertujuan untuk menarik kesimpulan.

- e. Keabsahan Data. Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan yaitu Triangulasi Sumber data, yang mana menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya selain wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Konsep Al-Wadiah pada Produk Tabungan Easy Wadiah

Al-Wadiah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh bank syariah untuk produk penghimpunan dana pihak ketiga. Dalam akad Al-Wadiah, bank syariah dapat menawarkan dua produk perbankan yang telah dikenal oleh masyarakat luas yaitu giro dan tabungan. Kedua produk ini dapat ditawarkan dengan menggunakan akad Al-Wadiah yaitu giro wadiah dan tabungan wadiah.

Wadi'ah yaitu sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendaknya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian dan sebagainya. Yang dimaksud dengan “barang” disini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat berharga dan barang lain yang berharga di sisi Islam (Puspitasari, 2019). Adapun rukun yang harus dipenuhi dalam transaksi dengan prinsip wadiah adalah sebagai berikut: (1) barang yang dititipkan; (2) orang yang menitipkan/penitip; (3) orang yang menerima titipan/penerima titipan, dan (4) ijab qobul.

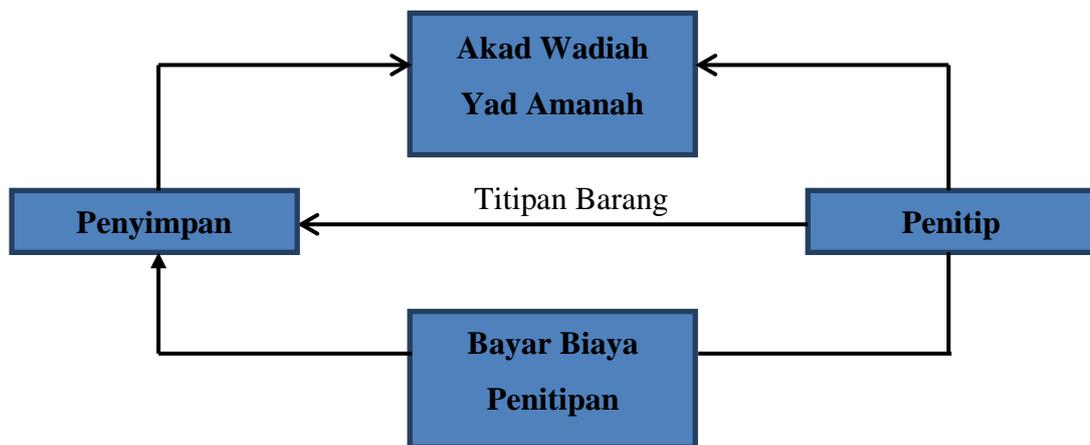
Bank sebagai penerima titipan tidak ada kewajiban untuk memberikan imbalan dan bank syariah dapat mengenakan biaya penitipan barang tersebut. Namun, atas kebijakannya bank syariah dapat memberikan “bonus” kepada penitip dengan syarat-syarat sebagai berikut: (a) bonus merupakan hak prerogatif dari bank sebagai tempat penerima titipan; dan (b) bonus tidak disyaratkan sebelumnya dan jumlah yang diberikan, baik dalam prosentase maupun nominal (tidak ditetapkan dimuka). Jadi, bank syariah tidak pernah berbagi hasil dengan pemilik dana yang prinsip wadi'ah dan pemberian bonus atau imbalan kepada pemilik dana wadi'ah, karena merupakan kebijakan bank syariah itu sendiri. Sehingga dalam praktik bank syariah yang satu tidak sama dengan bank syariah yang lain. Ada bank syariah yang memberi bonus dan ada bank syariah yang tidak memberikan bonus. Adapun jenis Wadiah dibagi menjadi 2 macam, yaitu:

1) Titipan *Wadiah Yad Amanah*

Secara umum *wadiah* adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai barang/asset kepada pihak penyimpanan yang diberi amanah/kepercayaan, baik individu maupun badan hukum, tempat barang yang dititipkan harus dijaga dari kerusakan, kerugian, keamanan dan keutuhannya, dan dikembalikan kapan saja penyimpanan menghendaki (Syakarna et al., 2021). Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan

sebagai penerima kepercayaan adalah *yad al-amanah* atau tangan amanah” yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang bersangkutan dalam memelihara barang/aset titipan. Biaya penitipan boleh dibebankan kepada pihak penitip sebagai kompensasi atas tanggungjawab pemeliharaan.

Dengan prinsip ini pihak penyimpan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan barang/aset yang dititipkan melainkan hanya menjaganya. Selain itu barang/aset yang dititipkan tidak boleh dicampuradukan dengan barang/aset lain, melainkan harus dipisahkan untuk masing masing barang/aset penitip.



Gambar 1. Skema Titipan Wadi'ah Yad Amanah

Dari gambar diatas menunjukkan skema akad *Wadi'ah Yad Amanah*, bahwasannya:

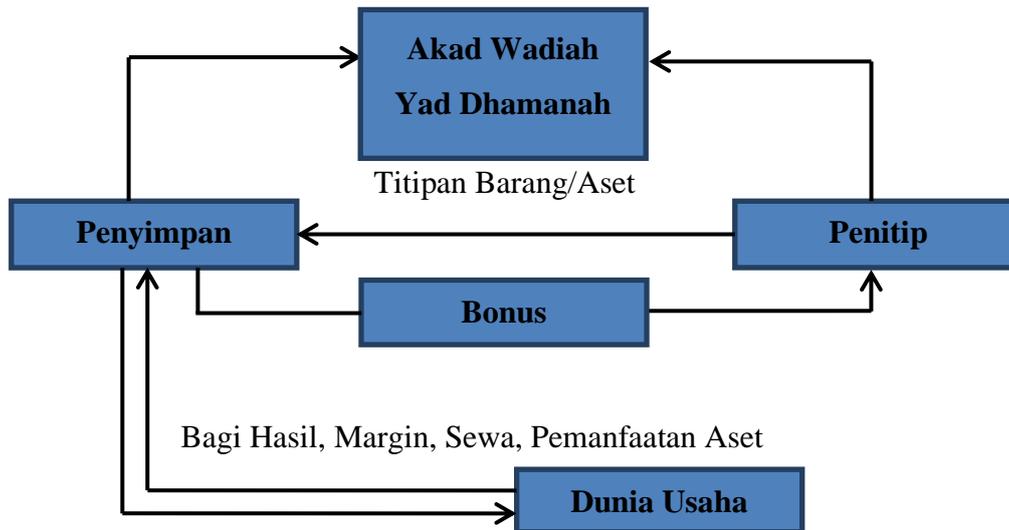
- Penitip menitipkan barang kepada Bank Syariah dengan akad *Wadi'ah Yad Amanah*. Penyimpan menerima titipan yang akan ditempatkan dalam penyimpanan yang aman.
- Atas penitipan barang oleh penitip kepada penyimpan, maka penitip di bebani biaya oleh penyimpan. Biaya ini diperlukan sebagai biaya pemeliharaan dan biaya sewa atas tempat penyimpanan barang titipan penitip.
- Bank Syariah akan mengembalikan barang titipan sewaktu-waktu diperlukan atau diambil oleh penitip.

2) Titipan *Wadi'ah Yad Dhamanah*

Prinsip *yad-dhamanah* atau “tangan penanggung” yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan. Hal ini berarti bahwa pihak penyimpan yang sekaligus penjamin keamanan barang/aset yang dititipkan. Ini juga berarti bahwa pihak penyimpan telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk mempergunakan barang/aset yang dititipkan tersebut untuk aktivitas perekonomian tertentu, dengan catatan bahwa pihak penyimpan akan mengembalikan barang/aset yang dititipkan secara utuh pada saat penyimpan menghendaki. Hal ini sesuai dengan anjuran dalam islam agar aset selalu diusahakan untuk tujuan produktif (tidak *idle* atau didiamkan saja).

Dengan prinsip ini, penyimpan boleh mencampur aset penitip dengan aset penyimpan yang lain, dan kemudian digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Pihak penyimpan berhak atas keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan aset titipan dan

bertanggung jawab penuh atas risiko kerugian yang mungkin timbul (Putri & Aravik, 2021). Selain itu, penyimpanan diperbolehkan juga atas kehendak sendiri, memberikan bonus kepada pemilik aset tanpa akad perjanjian yang mengikat sebelumnya.



Gambar 2. Skema Titipan Wadiah Yad Dhamanah

Dari gambar diatas menunjukkan skema titipan Wadiah Yad Dhamanah bahwa :

- a). Penitip menitipkan dana di Penyimpan (Bank Syariah) dalam bentuk tabungan dalam akad Wadiah Yad Dhamanah .
 - b). Penyimpanan menempatkan dana atau menginvestasikan kepada *user of fund* untuk digunakan sebagai usaha.
 - c). *User of fund* mendapatkan atau keuntungan dari usaha yang dijalankan, sehingga *user of fund* membayar *return* kepada penyimpanan (Bank Syariah). *Return* bisa berupa bagi hasil, margin keuntungan, pendapatan sewa, dll tergantung pada akad.
 - d). Setelah menerima bagian keuntungan dari *user of fund*, penyimpanan akan membagi keuntungan pada penitip dalam bentuk bonus. Penyimpan akan memberikan bonus jika investasi yang di salurkan mendapatkan keuntungan.
- b. Ketentuan dan Persyaratan produk Tabungan Easy Wadiah BSI KCP Rungkut 1 Surabaya

Untuk memberikan kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tabungan wadiah, maka terdapat beberapa ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah. Persyaratan dan ketentuan tabungan wadiah, disamping untuk meningkatkan pelayanan, juga untuk menjaga keamanan serta keuntungan bagi nasabah. Ketentuan tentang tabungan wadiah diatur oleh Bank Indonesia, akan tetapi masing-masing bank syariah diberi kewenangan untuk mengatur sendiri asalkan ketentuan yang dibuat oleh bank syariah tidak bertentangan dengan peraturan BI.



Ada dua jenis Tabungan Easy :

BSI TABUNGAN EASY WADIAH	
Akad	Wadiah yaad-dhamanah: nasabah menyetorkan dananya kepada bank.
Bagi Hasil/Bonus	Bonus sesuai kebijakan Bank (tidak diberikan bonus)
Biaya Administrasi	Gratis
Setoran Awal	Rp. 100.000,-
Saldo Minimal	Rp. 50.000,-
Biaya Tutup Rekening	Rp. 20.000,-
Biaya Dormant/Bulan	Rp. 5.000,-

Sumber : (Indonesia, 2021a)

Gambar diatas menjelaskan tarif dan biaya pada Tabungan Easy Wadiah:

- 1) Setoran awal: Rp 100.000 (perorangan) & Rp 1.000.000 (non-perorangan)
- 2) Setoran minimum berikutnya: Rp 50.000 (Via Teller) dan Rp 1 (Via EChannel)
- 3) Saldo minimum: Rp 50.000
- 4) Biaya penutupan rekening: Rp 20.000
- 5) Biaya administrasi: Gratis
- 6) Biaya ganti kartu hilang/rusak: Rp 25.000
- 7) Fasilitas kartu debit: GPN dan VISA
- 8) Biaya dormant account: Rp 5.000

Tabungan wadiah, meskipun dapat ditarik di mesin ATM bank lain, atau ATM bersama, namun jumlah penarikannya dibatasi. Dibawah ini merupakan gambar dari beberapa Kartu Debit BSI yang ditawarkan di BSI KCP Rungkut 1 Surabaya beserta Biaya Transaksi Kartu Debit BSI :

Tabungan Easy dilengkapi dengan BSI debit

Jenis Kartu	Biaya Admin	Limit Tarik tunai	Limit Transfer Rekening Bank lain	Limit Transfer Antar Rekening BSI	Limit Belanja	Limit Payment
QPN Silver	-	5 Juta	10 Juta	25 Juta	25 Juta	25 Juta
QPN Gold	Rp. 1.000	10 Juta	20 Juta	50 Juta	50 Juta	50 Juta
QPN Platinum *)	Rp. 2.000	15 Juta	50 Juta	100 Juta	100 Juta	Sesuai Saldo
Visa Silver	Rp. 1.000	5 Juta	10 Juta	25 Juta	25 Juta	25 Juta
Visa Gold	Rp. 2.000	10 Juta	20 Juta	50 Juta	50 Juta	50 Juta
Visa Platinum *)	Rp. 3.000	15 Juta	50 Juta	100 Juta	100 Juta	Sesuai Saldo

BIAYA TRANSAKSI BSI DEBIT

Transaksi	Inst. Saldo	Terbit Tunai	Transfer	Instansi PPh	Salahsaja
BSI ATM BSI	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis	-
ATM Mandiri	3000	Gratis	8800	Gratis	-
ATM Bersama	4000	7800	8800	-	-
ATM Prima	6000	7800	8800	-	-
ATM Mezza	-	18000	-	-	-
ATM Visa	3000	8800	-	-	-
ECC Prima Debit	-	-	-	-	Gratis
ECC Mandiri	-	-	-	-	Gratis
ECC Visa	-	-	-	-	Gratis

Gambar 4. Kartu Debit BSI dan Biaya Transaksi Kartu Debit BSI

c. Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadiah BSI KCP Rungkut 1 Surabaya

Setiap melakukan kegiatan pemasaran, diperlukan bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya memiliki beberapa strategi tersendiri dalam melakukan pemasarannya sebagai berikut :

1) Strategi *Product*

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang memiliki nilai suatu pasar sasaran, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Karena tujuan utama dari prinsip perbankan syari'ah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau bank konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip syariahnya yang diaplikasikan dalam akad kontrak. Dengan akad yang menggunakan prinsip syari'ah ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat dan tentunya menginginkan produk-produk perbankan yang bebas dari riba dan mendapat nilai pahala dihadapan Allah SWT. Sesuai dengan perencanaannya, produk Tabungan wadiah ini dikeluarkan untuk menyasar target masyarakat ekonomi kelas bawah, para pelajar, mahasiswa ataupun konsumen yang menginginkan tabungan tanpa biaya administrasi atau biaya yang rendah.

2) Strategi *Price* (Harga)

Harga juga merupakan aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan karena harga merupakan salah satu yang menentukan laku tidaknya produk pada perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang akan ditawarkan. Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya menetapkan pada Tabungan Wadiah untuk biaya administrasi perbulan yang harus dibayar oleh nasabah adalah Gratis dan setoran minimal pertama adalah sebesar Rp100.000 (perorangan), setoran selanjutnya minimal Rp10.000 dan saldo minimum adalah sebesar Rp50.000. Harga ini merupakan harga yang paling rendah jika dibandingkan dengan produk tabungan lainnya seperti Tabungan Easy Mudharabah dan juga produk tabungan lainnya dimana biaya administrasi perbulannya adalah gratis. Hal ini diharapkan mampu menarik minat sasaran pasar untuk menggunakan Tabungan Wadiah ini dimana sasaran pasarnya adalah masyarakat ekonomi kelas bawah serta para pelajar dan mahasiswa yang tujuannya menabung adalah hanya sekedar menabung saja bukan bertujuan untuk mencari keuntungan (*profit oriented*).

3) Strategi *Place* (Tempat)

Lokasi adalah tempat terjadinya proses jual beli suatu produk. Lokasi yang baik adalah lokasi yang memiliki akses jalan yang mudah dijangkau. Selain itu juga memiliki sarana dan prasarana yang memadai. Faktor pendukung lainnya adalah lokasi harus memberikan kesan rasa aman dan nyaman bagi konsumen untuk bertransaksi. Beberapa faktor tersebut sangat berpengaruh pada tingkat kepercayaan konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak suatu produk. Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 terletak di lokasi yang sangat strategis yaitu terletak di Jalan Rungkut Industri Kidul No.36, Rungkut Kidul, Kec. Rungkut Kota Surabaya. Jalan ini merupakan jalan yang cukup mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor ataupun kendaraan-kendaraan lainnya. Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 juga mendesain kantor berkonsep

modern dan *minimalis* dari bentuk bangunan yang *simpel* dan *elegan* yang membawa suasana *nyaman*, sehingga ketika nasabah bertransaksi di kantor seperti itu dapat membuatnya lebih *nyaman*.

4) Strategi *Promotion* (Promosi)

Masih menurut Kasmir, bahwa cara untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang produk yang ditawarkan adalah melalui sarana promosi. Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya melakukan promosi dengan tujuan menawarkan produknya kepada masyarakat agar produknya lebih dikenal dan juga untuk menjaring konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan karena dengan adanya promosi maka calon konsumen akan langsung memberi tanggapan ataupun reaksi apakah produk tersebut memenuhi selera mereka atau tidak. Jadi promosi juga dapat mendorong permintaan. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya dalam memasarkan Tabungan Wadiah dengan sebagai berikut :

- a) Periklanan menerapkan iklan melalui media sosial melalui instagram ataupun media massa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan wadiah yaitu, dengan cara memberikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah.



Gambar 5. Brosur

- b) Agar kegiatan promosi melalui brosur dapat berjalan dengan efektif, Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya tidak sembarangan dalam mencetak brosur namun mendesain brosur dengan bentuk yang menarik serta memuat isi yang berkualitas. Dalam mendesain bentuk brosur Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya menggunakan warna yang menarik secara visual bagi orang yang membacanya yaitu warna putih cerah dipadu warna hijau dan kuning. Pemilihan gambar dan warna ini mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam pembuatan brosur karena dapat memainkan emosi pembacanya dan menunjukkan karakteristik dari suatu perusahaan. Sedangkan untuk bagian isinya, Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya menggunakan teks yang cukup simpel dan singkat namun padat, jelas dan mudah difahami serta memuat gambaran umum dari produk yang dijual seperti nama produk, harga dan keuntungan yang didapatkan agar masyarakat bisa mengingat produk ditawarkan tersebut.
- c) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) yaitu promosi yang dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi

penjualan yang dilakukan Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya dilakukan melalui pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal. Penjualan pribadi (*Personal Selling*) yaitu merupakan penggunaan model *face to face communication* diantara penjual dan pembeli. Seperti penjualan yang dilakukan oleh *marketing funding* dan *customer service*..

5. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan kerja praktek yang kelompok kami lakukan di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya mengenai Produk Tabungan Easy Wadiah, maka dapat diambil kesimpulan bahwa Wadi'ah yaitu sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendaknya. Di Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya Tabungan Easy Wadiah memiliki tarif dan biaya sebagai berikut: (1) setoran awal: Rp 100.000 (perorangan) & Rp 1.000.000 (non-perorangan); (b) setoran minimum berikutnya: Rp 50.000 (Via Teller) dan Rp 1 (Via E-Channel); (c) saldo minimum: Rp 50.000; (d) biaya penutupan rekening: Rp 20.000; (e) biaya administrasi: gratis; (f) biaya ganti kartu hilang/rusak: Rp 25.000; (g) fasilitas kartu debit: GPN dan VISA; dan (h) biaya dormant account: Rp 5.000.

Adapun strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya dalam pemasaran produk khususnya tabungan wadiah adalah bisa dengan menganalisis *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari empat unsur yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Yang mana diatur sedemikian rupa, direncanakan dan diaplikasikan dengan manajerial yang baik sesuai kebutuhan, kemampuan dan aturan dari Bank Syariah Indonesia KCP Rungkut 1 Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrosamdhya, R. (2021). Implementasi Bauran Pemasaran Terhadap Produk Simpanan Pada Pt. Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kantor Cabang Pembantu Ayani Singaraja. *Widya Balina : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(1), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.53958/wb.v6i1.71>
- Desminar. (2019). Akad Wadiah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Menara Ilmu*, XIII(3), 25–35.
- Dian Lailatullailia, Setiyowati, A., & Wahab, A. (2021). The Role of Sharia Banks as Nazhir Partners in the Management of CWLS Retail SWR001 Investment Products. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 5(1), 95. <https://doi.org/10.21070/perisai.v5i1.1317>
- Harmoko, I. (2018). Strategi Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah dalam Upaya Meningkatkan Pangsa Pasar Perbankan Syariah. *Wadiah : Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 16–28.
- Indonesia, P. B. S. (2021a). *BSI Tabungan Easy Wadiah*. Bank Syariah Indonesia.
- Indonesia, P. B. S. (2021b). *Informasi Lengkap Tentang Bank Syariah Indonesia*. Bank Syariah Indonesia.
- Intan Apsari, P., Setiyowati, A., & Huda, F. (2022). Implementation Of Synergy Of Zis Fund Management In Sharia Banking And Zakat Management Organizations (Opz) For Strengthening The Zakat Ecosystem. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.21070/perisai.v6i1.1590>
- Jalahudin, A. (2015). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah. *Ekonologi : Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(April), 95–100.

- Jamaiyah, & Susianto. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah Dalam Menarik Minat Masyarakat Pada PT. Bank Sumut Syariah KCPSy Marelan Raya. *Jurnal FEB*, 1(1), 773–783.
- Jannah, W., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Tabungan Wadiah. *E-Jra : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang*, 08(02), 11–22.
- Juliana, H. (2021). Analisis faktor terhadap minat nasabah menggunakan tabungan wadiah barokah di bank syariah adam kota bengkulu. Institut Agama Isslam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Karim, Z. (2017). Strategi Pemasaran Bank Syariah. *Stadium : Jurnal Kajian Sosial, Agama, Hukum, Dan Pendidikan*, 1(1), 1–12.
- Lutfi, M. (2020). Penerapan Akad Wadiah di Perbankan Syariah. *Madani Syariah*, 3(2), 132–146.
- Muflihatin, S. I., Nursamsi, & Khoirul, M. M. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD . BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 76–87.
- Novianto, A. S. (2021). Pengaruh Pendatapan Dan Tingkat Bonus Terhadap Tabungan Wadiah Perbankan Syariah Di Indonesia. *Journal Koperasi Dan Manajemen*, 02(02), 53–60.
- Puspitasari, D. (2019). Penerapan Akad Wadi'Ah Pada Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) iB di Pt. BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO.
- Putri, N. S., & Aravik, H. (2021). Analisis Produk Tabungan Wadi'Ah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v1i1.2>
- Syahrizal, A., & Setiawan, H. (2019). Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 88–106.
- Syakarna, N. F., Ronaldo, W. D., & Hidayat, F. (2021). Status Perubahan Akad Wadi'ah Yad Al-Amanah menjadi Wadi'ah Yad Adh- Dhamanah Pada Bank Syariah. *Musyarakah : Journal of Sharia Economics*, 1(2), 146–154.
- Utami, S. (2019). Penerapan Bauran Peamasaran Produk Tabungan Mudharabah Pada Bmt At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Lubuk Buaya Padang. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.
- Wijaya, R. H. (2021). Tinjauan Fikih dan Praktik Akad Al-Wadiah Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(2), 302–310. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i2.816>