

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

##### **1. Sejarah Perkembangan Bank Panin Dubai Syariah**

Bank Panin Dubai Syariah didirikan di Malang pada tanggal 8 Januari 1972 dengan nama PT Bank Pasar Bersaudara Djaja. Bank Panin Dubai Syariah sudah beberapa kali melakukan perubahan nama, diantaranya:

- a. PT Bank Pasar Bersaudara Djaja, pada tanggal 8 Januari 1972
- b. PT Bank Bersaudara Jaya, pada tanggal 8 Januari 1990
- c. PT Bank Harfa, pada tanggal 27 Maret 1997
- d. PT Bank Panin Syariah, pada tanggal 3 Agustus 2009
- e. PT Bank Panin Syariah Tbk, pada tanggal 19 Juni 2013
- f. Bank Panin Dubai Syariah Tbk, pada tanggal 11 Mei 2016

Pada tahun 2013 Bank Panin Dubai Syariah diubah kembali menjadi PT Bank Panin Syariah Tbk sehubungan dengan perubahan status dari yang semula perseroan tertutup menjadi perseroan terbuka. Nama Bank Panin Dubai Syariah Tbk ini tercipta sehubungan dengan masuknya Dubai Islamic Bank PJSC sebagai salah satu Pemegang Saham Pengendali bank.

## 2. Visi dan Misi

### a. Visi

Menjadi bank syariah progresif di Indonesia yang menawarkan produk dan layanan keuangan komprehensif dan inovatif.

### b. Misi

- Peran aktif Perseroan dalam bekerjasama dengan Regulator : Secara profesional mewujudkan perseroan sebagai bank syariah yang lebih sehat dengan tata kelola yang baik serta pertumbuhan berkelanjutan.
- Perspektif Nasabah: Mewujudkan perseroan sebagai bank pilihan dalam pengembangan usaha melalui produk-produk dan layanan unggulan yang dapat berkompetisi dengan produk-produk bank syariah maupun konvensional lain.
- Perspektif SDM/Staff : Mewujudkan perseroan sebagai bank pilihan bagi para profesional, yang memberikan kesempatan pengembangan karir dalam industri perbankan syariah melalui semangat kebersamaan dan kesinambungan lingkungan sosial.
- Perspektif Pemegang Saham : Mewujudkan perseroan sebagai bank syariah yang dapat memberikan nilai tambah bagi pemegang saham melalui kinerja profitabilitas yang baik ditandai dengan ROA dan ROE terukur.
- IT Support: Mewujudkan perseroan sebagai perseroan yang unggul dalam pelayanan syariah berbasis teknologi informasi yang

memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi para nasabah.

### 3. Profil Perusahaan

Nama	: PT Bank Panin Dubai Syariah, Tbk
Nama Komersil	: Bank Panin Dubai Syariah
Bidang Usaha	: Perbankan Syariah
Kode Saham	: PNBS
Tanggal Berdiri	: 8 Januari 1972
Kantor Pusat	: Gedung Panin Life Center Lt.3 Jl. Letjend. S. Parman Kav.91, Jakarta 11420-Indonesia
Email	: corsec@paninbanksyariah.co.id
Situs Web	: <a href="http://www.paninbanksyariah.co.id/">http://www.paninbanksyariah.co.id/</a>

Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Panin Dubai Syariah Bank, ruang lingkup kegiatan Panin Dubai Syariah Bank adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan dengan prinsip bagi hasil berdasarkan dengan syariat Islam. Bank Panin Dubai Syariah mendapat ijin usaha dari Bank Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009 tanggal 6 Oktober sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah dan mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 2 Desember 2009. Adapun kepemilikan saham, posisi 30 Juni 2021 kepemilikan saham Panin Dubai Syariah Bank sebagai berikut:

PT Bank Panin Tbk : 67,30%

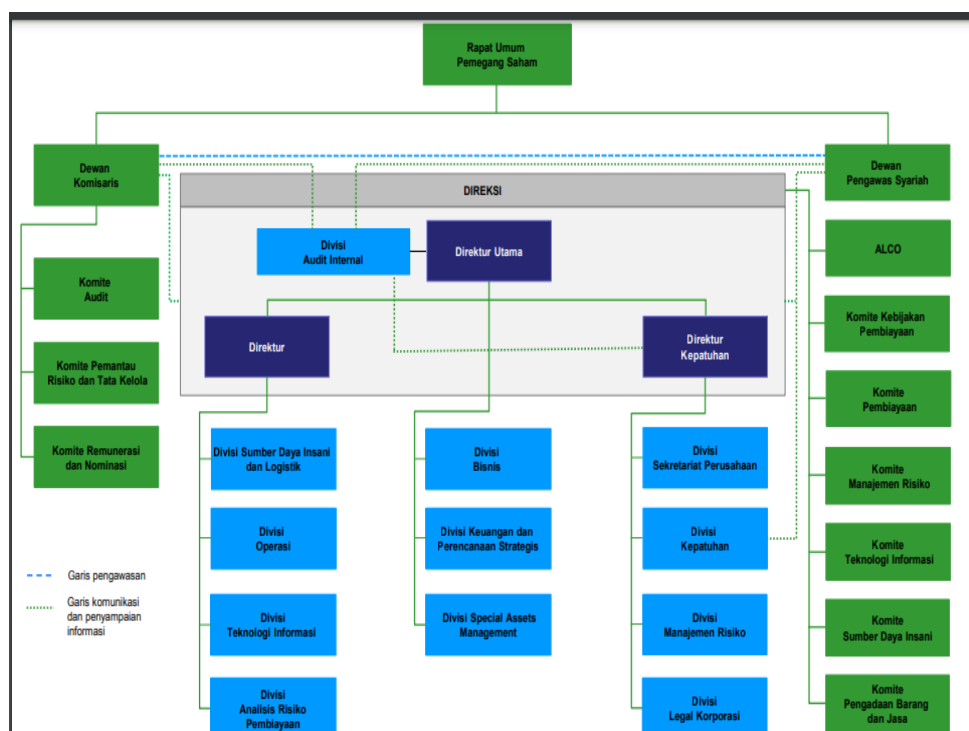
Dubai Islamic Bank : 25,10%

Masyarakat : 7,60%

#### 4. Struktur Organisasi

Organisasi adalah wadah serta proses kerjasama sejumlah manusia yang terkait dalam hubungan formal untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Struktur organisasi senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Dengan dibentuknya struktur organisasi ini diharapkan dapat menjadikan organisasi bank syariah ini menjadi lebih bagus dan efisien. Hal itu dilakukan untuk menyatukan beberapa unit kerja yang memiliki karakteristik yang sama dengan bank syariah lainnya.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



**Tabel 4.1**  
**Jajaran Pengurus**

Nama	Jabatan
Adnan Abdus Shakoor Chilwan	Komisaris Utama
Jasman Ginting Munthe	Komisaris
Rahma Novianti Hardi	Komisaris Independen
Deny Hendrawati	Direktur Utama
Edi Setijawan	Direktur Keuangan dan Operasi
Budi Prakoso	Direktur Manajemen Resiko dan Kepatuhan
Doddy Permadi Syarief	Direktur Independen

## 5. Produk

### a. Produk Dana

- Tabungan SimPel
- Tabungan PaS
- Tabungan Fleksibel
- Tabungan Bisnis
- Giro PaS Ib
- Deposito PaS
- Simpanan Fleximax

- Tabungan Haji PaS
  - Tabungan Umrah PaS
  - Tabungan Rencana PaS
- b. Program Dana
- Program PDSB Bikin Tajir
  - Program Plus Tajir
  - Program Rencana Tajir
  - Program Giro Tajir
  - Program Tabungan PaS Tajir
- c. Produk Jasa
- ATM Card PaS
  - SDB PaS
  - Cash Management System (CMS)
  - Kebijakan Privasi
- d. Jasa Operasional
- PBS Kliring
  - PBS Intercity Clearing
  - PBS RTGS (Real Time Gross Settlement)
  - Transfer Dalam Kota (LLG)
  - PBS Referensi Bank
  - PBS Standing Order
- e. Produk Pembiayaan
- Pembiayaan Pemilikan Rumah (PPR) PaS

- Pembiayaan Pemilikan Mobil PaS
- Pembiayaan Investasi (PI) PaS
- Pembiayaan Modal Kerja (PMK) PaS
- Pembiayaan Multi Jasa (PMJ) PaS
- Bank Garansi PaS

f. Produk Tresuri

- Layanan Tresuri

## B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian yakni “Analisis Strategi Marketing Mix dalam mendorong daya saing Bank Panin Dubai Syariah terhadap Bank Syariah Indonesia”. Peneliti mendapatkan temuan berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber, berikut informan yang peneliti wawancarai:

**Tabel 4.2**  
**Data Informan**

Nama	Jabatan
Luthfi Abdillah	Pemimpin Cabang Malang
Ahmad Subeki	Manager LSB Tulungagung
Muntatiah Mustofa Istifadah	Nasabah

## 1. Pelaksanaan Strategi Marketing Mix di Bank Panin Dubai Syariah

### KCU Malang

#### a. *Product*

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan:

*“Untuk produk di Bank Panin Dubai Syariah bisa dilihat di web, ada berbagai macam produk seperti tabungan, giro, deposito, haji, dan sebagainya. Tetapi untuk dua tahun belakangan ini kita fokusnya di haji.”*

Bapak Luthfi juga menambahkan tentang alasan mengapa hanya fokus di produk haji, beliau mengatakan:

*“Kenapa kita fokuskan ke haji, karena disini yang paling banyak diminati adalah produk haji. Jadi kalau ada nasabah yang ingin melakukan penyaluran atau pembiayaan selain produk haji masih kita layani, cuma untuk promosi kita fokuskan ke produk haji.”*

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa produk haji di Bank Panin Dubai Syariah lebih diminati daripada produk lainnya. Maka dari itu mereka memilih untuk memfokuskan marketing pada produk haji.



b. *Price*

Harga merupakan komponen yang penting dari rencana pemasaran karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk. Dalam penetapan harga, Bank Syariah tidak diperbolehkan adanya bunga, apalagi dengan adanya bunga berbunga yang sangat memberatkan masyarakat. Pada Bank Syariah menerapkan sistem bagi hasil. Karena Bank Panin Dubai Syariah saat ini fokus ke produk haji, produk yang di unggulkan adalah Tabungan Zam-Zam.

Tabungan Zam-Zam adalah program tabungan Bank Panin Dubai Syariah yang memberikan Porsi Haji senilai Rp 25.000.000, dengan setoran rutin sebesar Rp 1.000.000 per bulan dan jangka waktu 10 tahun (120 bulan).

Tujuan program ini adalah memberikan program menarik bagi Nasabah agar lebih disiplin dalam menabung sekaligus mendapatkan Porsi Haji secara lebih cepat dan untuk memenuhi kebutuhan dana pelunasan maupun uang saku pada saat keberangkatan Haji.

Penerima Manfaat Tabungan Zam-Zam adalah pemilik rekening Tabungan Zam-Zam, namun dapat diberikan kepada keluarga inti (pasangan, anak kandung, saudara kandung, orang tua kandung).

Persyaratan dan Kelengkapan Dokumen

- Biaya Admin: Rp 750.000
- Setoran Rutin : Rp 1.000.000 per bulan
- Biaya Perencanaan: Rp 150.000 per bulan
- Jangka Waktu : 10 tahun (120 bulan)
- Copy Identitas Diri : KTP
- Aplikasi pembukaan rekening Tabungan Zam-Zam
- Aplikasi Keikutsertaan Prograam Tabungan Zam-Zam

#### Keunggulan Program

- Langsung mendapatkan nomor Porsi Haji
- Dilindungi Asuransi Jiwa
- Usia penerima manfaat minimal 12 tahun 1 hari

#### c. *Place*

Penentuan tempat yang mudah dijangkau dan terlihat akan memudahkan bagi konsumen untuk mengetahui, mengamati dan memahami suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Lokasi yang dipilih peneliti adalah Bank Panin Dubai Syariah Tbk Cabang Malang. Beralamatkan di Jl. Mgr. Sugiopranoto 7, Malang, Jawa Timur. Lokasi Bank Panin Dubai Syariah Cabang Malang berada di jalan satu arah. Menurut wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan bahwa:

*“Lokasi bank yang beralamatkan di Jl. Mgr. Sugiopranoto 7, Malang ini saya rasa sudah strategis maupun di jalan dua arah ataupun satu arah, karena untuk produk haji meskipun tempat strategis, nasabah akan tertarik jika ada niat dari dirinya sendiri untuk melakukan ibadah haji.”*

Jadi, lokasi yang sudah strategis sebenarnya menjadi suatu keunggulan untuk memikat minat nasabah. Tetapi dalam produk haji memang yang tertarik hanyalah orang-orang yang berniat melakukan ibadah haji. Sebaliknya, kalau belum ada niat untuk melakukan ibadah haji orang-orang juga tidak akan tertarik.

d. *Promotion*

Promosi bukan hanya sekedar alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, tapi juga sebagai alat dalam mempengaruhi konsumen agar terjadinya pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Dengan adanya promosi konsumen bisa mengetahui tentang produk tersebut dan akhirnya akan memutuskan untuk membelinya. Dengan target pasar yang berbeda-beda suatu perusahaan harus bisa memutuskan kegiatan promosi yang tepat bagi suatu produk atau jasa.

Menurut wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan:

*”Promosi produknya kita menggunakan sistem jaringan yaitu dengan melakukan promosi dengan pergi ke pengajian-pengajian, melakukan seminar. Kita juga membentuk agen untuk membantu promosi. Lalu jika ada yang berminat nasabah bisa menghubungi pihak bank yang mana nantinya pihak bank akan pergi ke tempat nasabah. Ini juga disebut dengan sistem jemput bola. Jadi nasabah tidak perlu repot-repot datang ke bank.”*

Begitu juga menurut Bapak Ahmad Subeki, beliau mengatakan:

*“Kita melakukan promosi dengan melakukan seminar-seminar di KUA, dan juga ke pengajian-pengajian. Disitu kita juga menunjuk salah satu pihak untuk menjadi agen dan nantinya jika ada yang berminat bisa langsung menghubungi dan pihak kita akan jemput bola ke tempat nasabah.”*

Dalam Bank Panin Dubai Syariah proses promosi dengan melakukan seminar, mendatangi pengajian. Pihak bank pun milih jemput bola ke tempat nasabah.

e. *Process*

Proses menyangkut kegiatan menggerakkan aktivitas perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk itu, semua aktivitas kerja adalah proses yang melibatkan prosedur, jadwal, tugas mekanisme, aktivitas dan rutinitas. Unsur proses yang dipahami pelanggan dan sesuai dengan yang dijanjikan akan turut menentukan kepuasan pelanggan.

Menurut Bapak Mustofa sebagai salah satu nasabah Bank Panin Dubai Syariah mengatakan:

*“Sebagai nasabah tabungan haji saya merasa puas dengan produk tabungan haji ini karena saya merasakan adanya jaminan, pelayanan yang memuaskan dan kemudahan dalam proses pembukaan rekening, pembayaran sampai pemberangkatan ibadah haji”*

Bank Panin saat ini mempunyai produk talangan haji yang menarik, dimana dengan membayar Rp 1.500.000 akan bisa langsung mendapatkan porsi haji.

Menurut Ibu Muntatih sebagai salah satu nasabah Bank Panin Dubai Syariah, beliau mengatakan:

*“Saya sebenarnya baru bergabung dan tertarik dengan itu talangan haji yang Rp 1.500.000 langsung dapat porsi haji. Sesuai dengan yang dijanjikan dengan membayar setoran awal senilai Rp 1.500.000 memang benar langsung dapat porsi haji hanya dengan menunggu beberapa hari.”*

Ibu Istifadah juga mengatakan hal yang sama yaitu:

*“Baru-baru ini juga, saya ngambilnya yang talangan haji juga karna kan langsung dapat porsi jadi ya tertarik, tidak harus nunggu lama untuk dapat porsi hajinya. Proses penanganannya juga cepet cuma beberapa hari udah di proses.”*

Produk talangan haji di Bank Panin Dubai Syariah banyak menarik minat nasabah karena dengan setoran awal Rp 1.500.000 telah bisa mendapatkan porsi haji. Proses pelayanan yang sesuai dan cepat juga menjadikan terpenuhinya kepuasan nasabah.

f. *People*

Orang sangat berperan dalam perusahaan jasa karena terlibat langsung menyampaikan produk ke pelanggan. Bagaimanapun kemajuan teknologi, fungsi orang sebagai bagian dari pelayanan tidak dapat digantikan.

Menurut wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan:  
*“Sebelum mempekerjakan karyawan kita selalu melakukan pelatihan terlebih dulu agar karyawan mengerti apa saja pekerjaan yang akan dilakukan nanti.”*

Bapak Ahmad Subeki mengatakan bahwa:

*”dalam mempekerjakan seseorang memang harus dilatih dulu supaya mereka mengerti dan memahami tugas-tugas yang akan dikerjakan.”*

Kepuasan nasabah atas pelayanan merupakan hal yang harus diperhatikan oleh bank.

Menurut wawancara dengan Ibu Muntatiah selaku nasabah, mengatakan bahwa:

*“Pelayanan baik, ramah, kalau kurang mengerti ya dibantu banget, iya dikunjungi dirumah biasanya jadi gak perlu repot datang kesini.”*

Dengan dilakukannya pelatihan dan mempekerjakan pegawai sesuai dengan SOP maka tugas pegawai akan lebih terarah dan optimal. Keramahan dalam pelayanan juga sangat penting untuk diperhatikan agar nasabah merasa puas.

g. *Physical evidance*

Penampilan fisik suatu perusahaan sangat berpengaruh sekali terhadap nasabah untuk membeli atau menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Ibu Muntatiah selaku nasabah berkata:

*“Tempatnya nyaman, bersih, ada tempat itu customer service dan teller, parkirannya juga luas. jadi ya nyaman sih.”*

Bukti fisik Bank Panin Dubai Syariah sudah sangat jelas dengan adanya gedung perusahaan bank sendiri, dengan fasilitas nyaman dan cukup lengkap. Bank Panin Dubai Syariah sekarang juga sudah memiliki banyak cabang.

## 2. Keefektifan strategi marketing mix dalam mendorong daya saing bank

- a. Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan marketing

Menurut wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan:  
*“kendalanya yaitu mengenai personil, kita kekurangan karyawan untuk melakukan kunjungan ke tempat nasabah.”*

Menurut Bapak Ahmad Subeki, beliau mengatakan:

*“karyawan disini sangat kurang karena terhalang oleh biaya.”*

Jadi kekurangan SDM menjadi kendala dalam penerapan promosi di Bank Panin Dubai Syariah.

- b. Persaingan dengan BSI dalam memperoleh nasabah

Daya saing diartikan sebagai kemampuan sesuatu atau seseorang untuk tumbuh dan berkembang dengan baik diantara banyaknya usaha yang sejenis dan dalam lingkup lingkungan yang sama pula. Bank Syariah Indonesia digadang-gadang bisa meningkatkan pasar keuangan syariah Indonesia dimata dunia. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, sudah sewajarnya bagi Indonesia untuk dapat menjadi negara terdepan dalam hal perkembangan ekonomi syariah.

Menurut wawancara dengan Bapak Luthfi, beliau mengatakan:  
*“persaingan dengan BSI enggak ya, tidak ada persaingan dengan Bank BSI, karena kalau BSI kan lebih fokus ke pembiayaan-pembiayaan dan kita fokusnya lebih ke haji. Jadi ya tidak bersaing, saling fokus ke produk masing-masing aja”*

Jadi tidak terdapat persaingan antara Bank Panin Dubai Syariah dengan Bank BSI, karena mereka mengunggulkan produk yang berbeda.

**Tabel 4.3**  
**Coding Wawancara**

Jumlah partisipan dalam penelitian ini sebanyak tiga orang, sebagai berikut:

Partisipan (P)	Nama Partisipan	Jabatan
P1	Luthfi Abdillah	Pemimpin Cabang Malang
P2	Ahmad Subeki	Manager LSB Tulungagung
P3	Muntatiah, Mustofa, Istifadah	Nasabah

Pertanyaan	Partisipan	Kode	Pemadatan fakta	Interpretasi
Apa saja produk yang ada di Bank Panin Dubai Syariah?	Untuk produk di Bank Panin Dubai Syariah ini ada berbagai macam produk seperti tabungan, giro, deposito, haji, dan sebagainya. Sebenarnya	1	Produk masih lengkap sama dengan di web (1a) Berfokus pada produk haji (1b)	Produk yang ada di Bank Panin Dubai Syariah



	<p>produknya banyak ya, nanti bisa dilihat di webnya. Produk masih sama dengan yang di web. Tetapi untuk dua tahun belakangan ini kita fokusnya di haji. (P1)</p>			
<p>Kenapa hanya fokus di produk haji ?</p>	<p>Kenapa kita fokuskan di haji itu ya karena yang diminati atau yang laku disini ya produk hajinya. Jadi untuk dua tahun terakhir ini kita fokuskan ke haji, promosi-promosi juga di haji. (P1)</p>	2	<p>Produk haji paling diminati (2a) Fokus mempromosikan produk haji (2b)</p>	<p>Minat masyarakat terhadap produk Bank Panin Dubai Syariah</p>
<p>Untuk produk selain produk haji bagaimana? Apakah masih</p>	<p>Tetap ya, kalau ada nasabah kesini untuk pembiayaan selain</p>	3	<p>Produk selain haji masih dilayani (3a)</p>	<p>Pelayanan produk</p>

dilayani?	haji itu masih kita dilayani, produknya juga masih ada. Cuma ya itu kita sekarang fokusnya di haji. (P1)			
Bagaimana dengan harga produk?	Soal harga kira-kira kurang lebih sama dengan bank lain ya. Saat ini kita ada program yaitu Tabungan Zam-Zam. Tabungan Zam-Zam ini adalah program tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah yang memberikan Porsi Haji senilai 25 juta dengan setoran rutin 1 juta per bulan dengan jangka waktu 10 tahun.	4	Harga produk kurang lebih sama dengan di bank syariah lain (4a) Produk haji Tabungan Zam-Zam (4b) Harus menabung sampai 25 juta baru dapat Porsi Haji (4c) Program promo 1,5 juta dapat Porsi Haji (4d)	Penentuan harga termasuk untuk meningkatkan minat nasabah

	<p>Saya kira bank-bank lain juga segini harganya, harus menabung sampai 25 juta dulu baru dapat Porsi Haji.</p> <p>Selain Tabungan Zam-Zam saat ini kita juga punya program dimana dengan bayar setoran awal senilai 1.5 juta langsung dapat Porsi Haji dengan bayar angsuran Rp. 625.000 per bulan dengan jangka waktu 10 tahun. (P1)</p>			
Apakah lokasi sudah strategis?	<p>Lokasi Bank Panin Dubai Syariah beralamatkan di Jl. Mgr. Sugiopranoto</p>	5	<p>Tempat strategis (5a)</p> <p>Tertarik karena ada niat beribadah haji</p>	<p>Lokasi strategis belum tentu dapat menarik minat masyarakat</p>

	<p>7, Malang. Ini jalannya satu arah ya. Saya rasa disini sudah strategis meskipun satu arah, karena untuk produk haji meskipun tempat strategis, nasabah akan tertarik jika ada niat dari dirinya sendiri untuk melakukan ibadah haji. Jadi kalau lewat, kalau ada keinginan untuk haji mereka akan tertarik cari info disini, tapi kalau tidak ada niat ya tidak akan tertarik.(P1)</p>		(5b)	
<p>Bagaimana dengan sistem promosi?</p>	<p>Promosi produknya kita menggunakan</p>	6	<p>Promosi dengan sistem jaringan</p>	<p>Promosi mempermudah untuk mendapatkan</p>

	<p>sistem jaringan yaitu dengan melakukan promosi dengan pergi ke pengajian-pengajian, melakukan seminar. Kita juga membentuk agen untuk membantu promosi. Lalu jika ada yang berminat nasabah bisa menghubungi pihak bank yang mana nantinya pihak bank akan pergi ke tempat nasabah. Ini juga disebut dengan sistem jemput bola. Jadi nasabah tidak perlu repot-repot datang ke bank. (P1)</p>		<p>(6a) Melakukan seminar (6b) Pergi ke pengajian (6c) Membentuk agen (6d) Jemput bola (6e)</p>	nasabah
Apakah sistem	Kalau sekarang kan	7	Kemajuan digital	Kemajuan digital

<p>promosi sekarang sama dengan yang dulu?</p>	<p>zamannya sudah berbeda ya, sudah mengalami kemajuan di bidang digital juga. Sehingga kalau sekarang kan bisa promosi lewat hp, bisa melakukan seminar-seminar juga. Kalau zaman dulu itu ya hanya lewat brosur dan bagi-bagi brosur aja. (P1)</p>		<p>(7a) Promosi sekarang menggunakan HP (7b) Promosi dahulu menyebar brosur (7c)</p>	<p>membantu mempermudah proses promosi</p>
<p>Bagaimana dengan proses, apakah sesuai dengan yang dijanjikan?</p>	<p>Saya sebenarnya baru bergabung dan tertarik dengan promo yang Rp 1.500.000 langsung dapat porsi haji. Sesuai dengan yang dijanjikan dengan</p>	<p>8</p>	<p>Tertarik produk promo (8a) Sesuai dengan yang dijanjikan (8b) Proses cepat (8c)</p>	<p>Pelayanan yang sesuai</p>

	membayar setoran awal senilai Rp 1.500.000 memang benar langsung dapat porsi haji hanya dengan menunggu beberapa hari. (P3)			
Bagaimana dengan SDM? Apakah ada pelatihan juga? Dan bagaimana dengan pelayanannya?	Sebelum mempekerjakan karyawan kita selalu melakukan pelatihan terlebih dulu agar karyawan mengerti apa saja pekerjaan yang akan dilakukan nanti.  Bagaimanapun kan penting ya untuk melatih itu, sesuai SOP lah. Biar bisa melayani dengan baik, ramah, tata	9	Melakukan pelatihan (9a)  Sesuai SOP (9b)  Pelayanan baik, ramah (9c)  Kunjungan ke rumah (9d)	Pelatihan mempengaruhi pelayanan.

	<p>cara seperti itu sih, biar tertib juga. (P1)</p> <p>Pelayanan baik, ramah, kalau kurang mengerti ya dibantu banget, iya dikunjungi dirumah biasanya jadi gak perlu repot datang kesini (P1)</p>			
Apakah fasilitas dalam perusahaan sudah memadai?	<p>Tempatnya nyaman, bersih, ada tempat customer service dan teller, parkirannya juga luas. jadi ya nyaman sih. (P3)</p>	10	<p>Tempat nyaman (10a)</p> <p>Tempat luas (10b)</p>	Kenyamanan menjadi hal penting
Apakah ada persaingan dengan BSI?	<p>Tidak ada persaingan dengan Bank BSI, karena mereka lebih fokus ke pembiayaan-pembiayaan dan kita fokusnya lebih ke</p>	11	<p>Tidak ada persaingan dengan BSI (11a)</p> <p>Fokus produk berbeda (11b)</p>	Memiliki fokus produk yang berbeda



	haji.			
Kendala yang dihadapi dalam marketing?	kendalanya adalah mengenai personil, kita kekurangan karyawan untuk melakukan kunjungan ke tempat nasabah. (P1) karyawan disini sangat kurang karena terhalang oleh biaya (P2)	12	Kekurangan karyawan (12a) Terhalang biaya (12b)	Kekurangan SDM

**Tabel 4.4**  
**Pengumpulan Fakta Sejenis**

<b>Pengumpulan Fakta Sejenis</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Sub Kategori</b>
Produk masih lengkap sama dengan di web (1a)	Produk lengkap	Produk yang ditawarkan
Berfokus pada produk haji (1b)	Produk haji	
Produk haji Tabungan Zam-Zam (4b)	Produk haji	
Produk haji paling diminati	Produk haji diminati	Produk yang diminati

(2a)			
Tertarik karena ada niat beribadah haji (5b)	Berminat karena niat		
Tertarik produk promo (8a)	Berminat karena promo		
Fokus mempromosikan produk haji (2b)	Promosi haji	Pelaksanaan promosi	
Promosi dengan sistem jaringan (6a)	Promosi sistem jaringan		
Melakukan seminar (6b)	Promosi		
Pergi ke pengajian (6c)	Promosi		
Membentuk agen (6d)	Agen promosi		
Kemajuan digital mempermudah promosi (7a)	Teknologi		
Promosi sekarang menggunakan HP (7b)	Promosi sekarang		
Promosi dahulu menyebar brosur (7c)	Promosi dahulu		
Produk selain haji masih dilayani (3a)	Pelayanan produk lain		Pelayanan produk
Jemput bola (6e)	Cara pelayanan		
Sesuai dengan yang dijanjikan (8b)	Pelayanan sesuai		
Proses cepat (8c)	Pelayanan cepat		

Pelayanan baik, ramah (9c)	Ramah	
Kunjungan ke rumah (9d)	Datang ke rumah	
Harga produk kurang lebih sama dengan di bank syariah lain (4a)	Harga sama	Harga yang ditawarkan
Harus menabung sampai 25 juta baru dapat Porsi Haji (4c)	Harga tabungan haji	
Program promo 1,5 juta dapat Porsi Haji (4d)	Harga promo haji	
Tempat strategis (5a)	Strategis	Kemudahan dan kenyamanan saat berkunjung
Tempat nyaman (10a)	Nyaman	
Tempat luas (10b)	Luas	
Melakukan pelatihan (9a)	Pelatihan	Pemberdayaan SDM
Sesuai SOP (9b)	SOP	
Tidak ada persaingan dengan BSI (11a)	Persaingan	Persaingan dengan BSI
Fokus produk berbeda (11b)	Berbeda	
Kekurangan karyawan (12a)	Kekurangan	Kendala marketing
Terhalang biaya (12b)	Biaya	