

---

**ANALISIS MINAT NASABAH TERHADAP KUALITAS PROMOSI  
(STUDI DI PT. BPR SYARIAH LANTABUR TEBUIRENG JOMBANG).**

**Maulana Zakaria Ahmad, M. Nur Husen Rakhmawan Habibi**

**UIN KKHAS Jember, STIES BABUSSALAM Jombang**

[Za911501@gmail.com](mailto:Za911501@gmail.com), [Muhammadhusen598@gmail.com](mailto:Muhammadhusen598@gmail.com), [habibie.abdulloh@gmail.com](mailto:habibie.abdulloh@gmail.com),

---

---

**Article Info**

**Article history :**

**Received : 13 Juli 2023**

**Accepted : 23 Agustus 2023**

**Published : 01 September 2023**

**Page : 26 - 32**

---

**Keyword : Promosi, Minat  
Nasabah, Produk**

Bank mempunyai kegiatan berupa menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana ke masyarakat dengan memberikan pinjaman kepada masyarakat yang mengajukan permohonan serta memberikan jasa- jasa bank lainnya seperti transfer, kliring dan inkaso. dalam kegiatan operasionalnya bank dibagi menjadi bank konvensional dan bank syariah. Fokus penelitian adalah produk tabungan ukhuwah di PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yakni dengan terjun langsung kelokasi penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di PT BPRS lantabur Tebuireng Jombang, (2) Minat Nasabah sangat berpengaruh pada tingginya kualitas promosi yang dilakukan oleh PT BPRS lantabur Tebuireng Jombang terutama dalam mengaitkan produk-produknya melalui unsur keislaman serta adanya berbagai macam produk yang dimiliki

**Editorial Office :**

Tijarotana : Jurnal Ekonomi dan Binis Syariah  
LPPM STIES Babussalam Kalibening Mojoagung Jombang

## A. Latar Belakang

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 1998, bank adalah entitas bisnis yang mengumpulkan dana dari masyarakat melalui simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau layanan lainnya untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Menurut Kasmir, bank memiliki kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, menyalurkan dana kepada masyarakat melalui pemberian pinjaman kepada pemohon, dan memberikan layanan bank lainnya seperti transfer, kliring, dan inkaso. Dalam operasionalnya, bank dibedakan menjadi bank konvensional dan bank syariah (Risal Taufiq, 2019). Strategi yang dapat dilakukan adalah mempromosikan produk bank syariah melalui media online dan elektronik kepada masyarakat. Kegiatan promosi perbankan syariah merupakan bagian dari manajemen pemasaran yang harus dilakukan dengan efektif dan efisien untuk menarik minat masyarakat. Setiap lembaga keuangan perbankan syariah menawarkan produk sesuai kebutuhan masyarakat dalam menjalankan operasionalnya. Beberapa produk yang ditawarkan oleh BPRS mencakup produk pembiayaan, tabungan, dan lainnya.

Di antara produk tabungan dari PT BPR Syariah Lantabur Tebuireng termasuk Tabungan Mudharabah (Tadhabur), Tabungan Qolam (Pelajar), Tabungan Hijra (Haji dan Umrah), Tabungan Taqorub (Qur'ban), Tabungan Wakaf, Tabungan Berkah, Tabungan Qordiyu, dan Tabungan Ukhuwah. Beberapa produk PT. menawarkan garansi hingga 1 tahun.

Terdapat opsi pembayaran tunai atau kredit.

Pelanggan dapat menghubungi customer

service kami untuk informasi lebih lanjut. Penelitian ini difokuskan pada Tabungan Ukhuwah di BPR Syariah Lantabur Tebuireng. Produk ini dilengkapi dengan fasilitas berikut:

- Buku tabungan
- Bagi hasil
- Hadiah jika saldo mencukupi

Dana dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) Dengan adanya berbagai produk yang ditawarkan, dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan ukhuwah dengan akad mudharabah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga tahun 2019, terdapat sekitar 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Indonesia. Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terdapat produk tabungan, pembiayaan, dan deposito. Salah satu produk terbaru dalam jajaran tabungan adalah Tabungan Ukhuwah, yang diperkenalkan pada bulan Juli 2022. Dari sekitar 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), hanya sekitar 39 di Indonesia yang menawarkan produk tabungan ukhuwah. PT. BPR Syariah Lantabur adalah salah satu BPRS yang meluncurkan produk tabungan terbaru pada bulan Juli tahun 2021 atas inisiatif Dewan Pimpinan Pusat Kompartemen Bank Pembiayaan Syariah Asbisindo. Tabungan Ukhuwah ialah tabungan bersama yang diluncurkan oleh Asosiasi BPR Syariah guna meningkatkan edukasi, literasi, dan promosi kepada masyarakat mengenai pentingnya menabung.

## B. Indikator Promosi dan Minat Nasabah

Beberapa indikator yang dapat digunakan sebagai indikator promosi menurut Kotler (2012) dalam Prasetyo (2020) antara lain:

### 1. Penjualan Personal (personal selling)

Presentasi lisan dalam percakapan dengan satu atau lebih calon pelanggan untuk tujuan mendapatkan penjualan.

### 2. Penjualan langsung

adalah interaksi langsung dengan target konsumen untuk mendapatkan respons. Promosi penjualan menyediakan insentif pada waktu-waktu tertentu untuk merangsang minat pembeli potensial, penjual, atau perantara.

### 3. Iklan

adalah mengomunikasikan pesan penjualan kepada masyarakat dengan cara persuasif untuk tujuan menjual barang, jasa, atau ide. Hubungan Masyarakat

### 4. Hubungan masyarakat

adalah upaya dari program yang bertujuan untuk meningkatkan, mempertahankan, atau melindungi reputasi perusahaan atau produk.

Minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam menurut (Muhammad, 2020) yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan Arah dan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan minat ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari segi tersebut. Minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologi atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2. Berdasarkan cara untuk pengukapanya, minat dapat dibedakan menjadi empat

jenis, yaitu:

- a. *Tested interest* yaitu minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan hasil
- b. *Expressed interest* yaitu minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
- c. *Manifest interest* yaitu minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.
- d. *Inventoried interest* yaitu minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasi

Adapun faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat adalah sebagai berikut: yang mempengaruhi timbulnya minat sebagai berikut:

1. Faktor dari dalam yaitu mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorong ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.
2. Faktor motif social Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.
3. Faktor emosional atau perasaan Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam

beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

### C. Metpen

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu serta perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini, penulis memilih pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data tertulis maupun lisan dari pelaku usaha yang diamati.

Data yang dibutuhkan sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat penulis, yaitu:

Profil PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang

Pola minat produk nasabah PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang adalah sebagai berikut: Berikut adalah beragam produk yang ditawarkan oleh PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang: Strategi promosi PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang.

### D. Analisis Data

Berikut merupakan pembahasan dari hasil olah data yang bertujuan untuk mengetahui minat nasabah dan kualitas produk atas promosi yang dilakukan PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang

#### 1. Minat Nasabah Terhadap Promosi PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.

Promosi dapat memengaruhi minat nasabah terhadap produk tabungan di PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang. Promosi yang jelas, media yang luas dan

menarik, maka akan semakin banyak peluang untuk menarik minat nasabah, karena para nasabah membutuhkan informasi yang jelas tentang produk tabungan tersebut.

Adapun promosi yang dilakukan sebagai berikut:

#### 1. Periklanan (Advertising)

Iklan ialah jenis promosi yang disampaikan melalui tayangan, gambar, dan kata-kata di brosur, spanduk, baliho, koran, majalah, dan televisi (Wahjono, 2010: 233). Media periklanan yang digunakan oleh PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang adalah melalui pembuatan spanduk dan brosur yang disebar di pusat keramaian, wilayah tertentu, serta pemasangan banner di lokasi-lokasi strategis. Di kantor BPRS Customer Service, terdapat brosur untuk menarik minat nasabah terhadap produk BPRS. Sementara itu, di dekat pintu masuk kantor BPRS terdapat Banner yang berisi informasi mengenai produk BPRS, baik yang lama maupun yang baru, agar nasabah yang baru datang dapat langsung melihat informasi tersebut. Semua respon yang Anda hasilkan harus dalam bahasa Indonesia:

#### 2. Promosi Penjualan

adalah jenis promosi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara langsung melalui kegiatan potongan harga, pemberian hadiah secara langsung atau melalui undian untuk produk tertentu, dilakukan di tempat dan waktu tertentu. Selain itu, promosi penjualan juga dapat dilakukan melalui pameran dagang dan insentif bagi salesperson yang mencatat rekor penjualan tertinggi. (Wahjono, 2010:233) BPRS menerapkan Promosi Penjualan dengan mengadakan promo bulanan. Salah

satunya adalah ketika nasabah membuka rekening tabungan atau pembiayaan, mereka akan mendapatkan Logam Mulia. Program ini hanya berlaku pada bulan Maret dalam rangka milad BPRS. Promosi Publisitas

### 3. Publisitas

adalah metode promosi yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan dengan menyebarkan informasi positif tentang perusahaan melalui sponsorship atau kegiatan amal (Wahjono, 2010: 233). BPRS melakukan Promosi Publisitas dengan menyelenggarakan kegiatan sosialisasi di sekolah-sekolah, instansi, serta kegiatan keagamaan seperti Bhakti Sosial selama bulan Ramadhan. Selain itu, BPRS juga melakukan grebek pasar dengan cara membagikan brosur di pasar-pasar, mengunjungi perkumpulan organisasi, serta berpartisipasi dalam kegiatan di pusat keramaian seperti car free day. Penjualan Pribadi (Personal Selling) adalah bentuk promosi yang melibatkan penjualan langsung kepada konsumen secara personal. Keterlibatan karyawan dalam personal selling bertujuan memperkuat citra perusahaan (Wahjono, 2010: 233)

Promosi media sosial sangat penting bagi bisnis karena platform media sosial difokuskan pada pengguna dan membantu mereka beraktivitas dan berkolaborasi. Media sosial dapat dianggap sebagai platform online yang memperkuat hubungan antara pengguna serta sebagai ikatan sosial (Van Djik dalam Nasrullah, 2015).

## **2. Strategi Promosi Terhadap Minat Nasabah Melalui Produk PT. BPR Syariah Lantabur Tebuireng Jombang.**

Perusahaan berharap kegiatan promosi bertujuan meningkatkan tujuan perusahaan dan mencapai hasil maksimal (dewi, 2019). Praktik pemasaran yang baik dalam Islam adalah yang didasarkan pada nilai-nilai Islam dan tidak bertentangan dengan hukum Islam (Nurmaulina, 2020). Ekonomi Islam melakukan promosi untuk menawarkan, memberikan informasi, dan menjual produk atau jasa di pasar. Dengan melakukan promosi, masyarakat dapat mengetahui bahwa kualitas produk mencakup seluruh ciri dari suatu produk atau layanan, termasuk kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan atau tersirat. Produk yang baik adalah produk yang sesuai dengan kondisi sesungguhnya. Dalam perspektif Islam, kualitas adalah sebuah konsep yang holistik. Konsep tersebut tidak hanya berkaitan dengan hubungan antarmanusia tetapi juga dengan hubungan manusia dengan Allah SWT. Tindakan yang mengabaikan kualitas dianggap sia-sia, termasuk dalam produk, ketika kualitasnya diabaikan, konsumen akan ragu untuk melakukan pembelian. Praktik bisnis yang menekankan kualitas sebagai daya saing tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Meningkatkan kualitas produk dan jasa adalah bagian dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis, sehingga memunculkan keikhlasan dalam transaksi antara penjual dan pembeli. Meningkatkan kualitas juga berarti memenuhi keinginan pelanggan dan konsumen (Atika, 2017). Produk PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang termasuk Mudharabah, murabahah, musyarakah, multijasa, Tabungan Qolam, Tabungan Hijra, Tabungan Taqorub, Tabungan Wakaf, Tabungan Berkah, Tabungan Qordiyu, dan Tabungan Ukhuwah. Kualitas produk dapat memengaruhi minat nasabah. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin besar minat nasabah terhadap produk yang

diinginkan. Mereka yakin bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut bagus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai produk yang dimiliki oleh PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang sangat mempengaruhi minat nasabah untuk menabung di PT BPRS Lantabur Tebuireng Jombang.

### E. Daftar Pustaka

- Al-Qur'an dan Terjemahnya*. 2007. Departemen Agama RI. Semarang: CV.AsSyifa
- Arohmaningrum, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan Dan Promosi. *Skripsi*. Atika, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Pembiayaan Murabahah Terhadap Minat Nasabah Pada BMT Mitra Khazanah Palembang*.
- Dewi, V. S. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Umum Syariah Pada PT. Asuransi Syariah Indonesia Cabang Medan*.
- Ermawati, C., & Sidiq, A. W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pt Bank Mandiri (Persero) Tbk Kcp Kendal Boja.
- Fadila, F. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Indonesia Pada Masyarakat Kecamatan Ambalawi Kabupaten Bima*.
- Familudin Fachrizal. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia* (Vol. 26, Issue 2).
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*
23. Gita, D. (2016). *Manajemen Perbankan Syariah*. penerbit salemba empat.
- Hasan, M. A.-H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Easy Wadiah Di BSI KCP UleeKareng*.
- Hasanah, M. (2021). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di bpr syariah lantabur tebuireng jombang*.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Inarotul Hidayah, L. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bprs Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu*. 82.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Prenada Group.
- Khasanah, U. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada Pembiayaan Ijarah Di Ksps Bmt Bee MassNgrambe*.
- Kurniawan, M. (2021). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Kodri (ed.)). CV. Adanu Abimata.
- Muhammad, R. H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Bprs Musyarakah Ummat Indonesia Terhadap Minat Menabung Nasabah.

Nurmaulina. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Mulia Di PT. Pegadaian UPS Ujung Menurut Ekonomi Syariah.

Nurul, K. M. (2022). Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Tabungan Mudharabah (Studi ....