

Analysis of Wadiah Savings Product Marketing Strategy at Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan

Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan

Riska Suryani Tanjung¹⁾; Reni Ria Armayani Hasibuan²⁾

^{1,2)} Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹⁾ Riskasuryanitanjung6@gmail.com; ²⁾ reniriaarmayani@uinsu.ac.id

How to Cite :

Tanjung, R. S., Hasibuan, R. R. A. (2022). Analysis of Wadiah Savings Product Marketing Strategy at Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan, 3(3).

DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i3>

ARTICLE HISTORY

Received [30 April 2022]

Revised [17 Mei 2022]

Accepted [3 Juni 2022]

KEYWORDS

Analysis, Wadiah Savings Product Marketing Strategy, Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang penemuannya tidak melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lain dan berusaha untuk memahami serta menafsirkan situasi tertentu dari sudut pandang peneliti sendiri. Kegiatan usaha yang paling utama dan paling dibutuhkan saat ini adalah lembaga keuangan dan perbankan, karena fungsi dari perbankan sendiri merupakan lembaga intermediasi yang berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Konsep pemasaran merupakan kunci untuk mencapai tujuan perusahaan dan memberikan kepuasan yang diharapkan secara efektif dan efisien. Dalam wawancara yang dilakukan penulis kepada Customer Servis, bahwa sejauh ini nasabah di BSI KCP Aek Kanopan lebih banyak memilih menggunakan tabungan dengan prinsip wadiah.

ABSTRACT

This research was conducted using descriptive qualitative research methods. Qualitative research is a type of research whose discovery is not through statistical procedures or other forms of calculations and seeks to understand and interpret certain situations from the perspective of the researcher himself. The most important and most needed business activities today are financial and banking institutions, because the function of banking itself is an intermediation institution that plays a role in supporting the economic growth of a country. The marketing concept is the key to achieving company goals and providing expected satisfaction effectively and efficiently. In an interview conducted by the author to Customer Service, that so far customers in BSI KCP Aek Kanopan preferred to use savings with the principle of wadiah.

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan suatu forum yg bisa menerima biar buat mengarahkan dana warga berupa pinjaman sebagai akibatnya berfungsi menjadi mediator nasabah penyimpanan dana & pemakai akhir. Bank jua termasuk forum jasa lantaran produknya menaruh pelayanan jasa pada warga selain itu bank jua forum yg dianggap sang warga pada menempatkan dana secara umum. Perbankan syariah terkini mulai timbul pada sejumlah negara Islam menjadi cara lain terhadap bank yg berbasis bunga. Bunga secara fiqih mengkategorikan menjadi riba yg hukumnya haram.

Perbankan & keuangan Islam diterjemahkan menjadi forum keuangan yg mempunyai kecocokan menggunakan pandangan hidup & sistem nilai Islam. Perbankan islam pada pengertian biasanya bukan hanya buat menghindari bunga dari transaksi, namun pula buat menghindari Gharar (penipuan), dan embargo-embargo yg masih ada pada pada Syariah Islam & beberapa praktik yg nir sinkron menggunakan etika & buat berpartisipasi pada pada pencapaian tujuan dan ekonomi Islam. Perbankan syariah pada peristilahan internasional dikenal menjadi Islamic Banking. Peristilahan menggunakan memakai istilah Islamic nir bisa dilepaskan menurut asal-usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah dalam awalnya dikembangkan menjadi suatu respon gerombolan ekonomi & praktisi perbankan muslim yg berupaya mematuhi tekanan dari berbagai pihak yang menginginkan layanan transaksi keuangan dilakukan sesuai dengan nilai moral dan prinsip Syariah Islam. (Veithzal Rivai, 2012).

LANDASAN TEORI

Lembaga keuangan bekerja untuk mengintermediasi perekonomian dan menawarkan jasa merupakan strategi pemasaran produk bank supaya dapat memikat nasabah dan pangsa pasar yang sangat luas. Dapat dikatakan berhasil bank tersebut dilihat dari bagaimana cara bank tersebut memasarkan produk-produknya, kepandaian bank tersebut untuk melengkapi kebutuhan masyarakat dalam usaha membantu mengelola dana-dananya serta mampu menawarkan jasa dan beberapa fasilitasnya dengan berbagai kemudahan dan keuntungan. Dalam mempertahankan kepercayaan pasar terhadap suatu bank maka dalam memasarkan produk dan jasa bank seandainya disampaikan dengan apa adanya untuk meyakinkan nasabah atau pasar supaya merasa tidak tertipu oleh janji-janji dan angan-angan yang tidak sesuai dari keadaan jasa ataupun produk perbankan tersebut. (Antonio, 2001:25).

Macam macam produk yang dimiliki oleh lembaga keuangan syariah yang ingin ditawarkan berdasarkan kebutuhan masyarakat. Dalam melakukan penawaran produk, diperlukan strategi-strategi dalam masing lembaga keuangan tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan agar produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat besar. Selain itu, perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut harus ditinjau dalam melakukan strategi pemasaran. Agar strategi pemasaran dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah pemasaran harus beroperasi untuk mencapai tujuannya merupakan strategi. Sedangkan rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan adalah strategi pemasaran (Assauri, 2011:168)

Dari banyaknya bank-bank syariah yang berkembang pada saat ini. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat, salah satunya BSI KCP Aek Kanopan yang juga mempunyai strategi-strategi pemasaran pada setiap produk-produk yang ditawarkan, hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Terdapat bermacam-macam jenis tabungan di BSI yaitu Tabungan BSI, Tabungan Berencana, Tabungan BSI Wadi'ah, Tabungan Mabrur, Tabungan Dollar, Tabungan Investa Cendekia, TabunganKu, Tabungan Sempel IB, misalnya tabungan yang menggunakan prinsip wadi'ah adalah Tabungan BSI Wadi'ah, TabunganKu, Tabungan Sempel IB, dan Tabungan Dollar yang memungkinkan investasi sesuai syariah sekaligus memperoleh kemudahan mengelola dana selayaknya tabungan. Tabungan wadi'ah, Bank Syariah menggunakan akad wadi'ah yad adh-dhamanah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penyusunan penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang penemuannya tidak melalui prosedur statistik atau bentuk perhitungan lain dan berusaha untuk memahami serta menafsirkan situasi tertentu dari sudut pandang peneliti sendiri.

Metode deskriptif dapat dipahami sebagai prosedur untuk memecahkan masalah yang diteliti dengan cara menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada masa sekarang atas dasar peristiwa atau situasi.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari wawancara, bahan pustaka seperti buku, jurnal dan media elektronik.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, studi pustaka atau literature review, yang meliputi pengumpulan beberapa buku, jurnal, dan artikel terkait dengan judul penelitian mandiri ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbankan

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang berperan penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi negara tersebut. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional kearah peningkatan kesejahteraan rakyat. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Sebagaimana halnya dengan bank konvensional, bank syariah juga mempunyai peran sebagai lembaga perantara (intermediary) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (surplus unit) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (deficit unit). Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-qur'an dan Hadits Nabi SAW.

Bank syariah dengan sistem bagi hasil dirancang untuk terbinanya kebersamaan dan menanggung resiko usaha serta berbagi hasil usaha antara shahibul mal (pemilik dana) yang menyimpan uangnya di lembaga selaku pengelola dana (mudharib), dan masyarakat yang membutuhkan dana yang bisa berstatus peminjam dana atau pengelola usaha.

Prinsip Operasional Bank Syariah

Kegiatan bank syariah harus menganut prinsip berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Adapun prinsip yang digunakan bank syariah sebagai berikut:

- a. Prinsip keadilan. Prinsip keadilan adalah salah satu cara untuk mengimplementasikan pemberian hadiah yang mana atas dasar bagi hasil atau margin laba yang didapatkan dan kerugian yang telah disepakati oleh bank dan nasabah.
- b. Prinsip Kesederajatan. Bank syariah merupakan suatu lembaga yang menempatkan posisi yang sama sederajat antara bank, nasabah dan pengguna dana lainnya. Hal ini tercermin dari hak, kewajiban, risiko dan keuntungan yang berimbang antara bank, nasabah dan pengguna dana lainnya.
- c. Prinsip Ketentraman. Produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, di antaranya tidak unsur riba, serta penerapan zakat harta.

Strategi Pemasaran

Strategi adalah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Kata "strategi" berasal dari kata "stratego" dalam bahasa Yunani, yang merupakan gabungan dari kata "stratos" yang berarti tentara, dan "ag" berarti pemimpin. Dengan demikian strategi dapat diartikan sebagai seni dari pejendral atau pemimpin.

Pemasaran merupakan ujung tombak bagi suatu perusahaan yang sangat mendukung keberlanjutannya. Sukses atau tidaknya sebuah perusahaan tergantung dari segi pemasarannya. Jika pemasaran itu dapat menarik konsumen maka perusahaan tersebut akan mendapatkan profit (laba), dan begitu pula sebaliknya suatu perusahaan akan mengalami kerugian jika pemasarannya tidak berjalan dengan baik.

Di dalam ruang lingkup pemasaran terdapat apa yang dinamakan dengan bauran pemasaran (marketing mix). Bauran pemasaran merupakan serangkaian variabel pemasaran yang harus dikuasai dan dipahami oleh perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Bauran Pemasaran (marketing mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Jadi dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran (marketing mix) adalah suatu perangkat yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan terhadap produknya dan perangkat-perangkat tersebut akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan serta semua ini ditujukan untuk memberi kepuasan kepada konsumen. Bauran pemasaran itu sendiri terdiri dari empat elemen, yaitu product (produk), price (harga), place (tempat/lokasi) dan promotion (promosi).

Tabungan Wadiah

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dengan nasabah. Misalnya dalam hal frekuensi penarikan, apakah dua kali seminggu atau setiap hari atau mungkin setiap saat, yang jelas haruslah sesuai dengan

perjanjian sebelumnya antara bank dengan nasabah. Kemudian dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung dengan perjanjian antara keduanya yaitu bank dan penabung. Alat-alat yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Buku Tabungan. Yaitu buku dipegang nasabah, dimana berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyeteroran dan pembebanan, pembebanan yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan sehingga dapat langsung mengurangi saldo yang ada di buku tabungan tersebut.
- b. Slip Penarikan. Yaitu formulir penarikan dimana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang, slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.
- c. Kwitansi. Merupakan bukti penarikan yang dikeluarkan oleh bank fungsinya sama dengan slip penarikan, dimana tertulis nama penarik, nomor penarik, jumlah uang, dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.
- d. Kartu yang dibuat dari plastic. Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik bank ataupun mesin Automated Teller Machine (ATM), bagi bank yang menyediakan penarikan ini.

Wadiah merupakan titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.

Akad wadiah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki. Titipan murni adalah surat berharga seperti uang, barang, dokumen surat berharga. Bank sebagai penerima titipan dapat mengenakan biaya penitipan tersebut atas jasa dalam menjaga barang atau uang titipan.

BSI Tabungan Easy Wadi'ah adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip wadi'ah yad dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Bank Syariah Indonesia, manfaat Tabungan BSI Easy Wadi'ah adalah aman dan terjamin dan gratis biaya administrasi bulanan kemudian kemudahan bertransaksi dimanapun dengan menggunakan layanan BSI Mobile dan Internet Banking.

Syarat pembukaan rekening BSI Tabungan Easy Wadiah:

- a. Perseorangan: Kartu Identitas KTP dan NPWP.
- b. Non-Perorangan Badan Hukum: kartu identitas pengurus, akte pendirian, NPWP, SITU
- c. Minimum setoran awal Rp. 100.000,- (perorangan) dan Rp. 1.000.000,- (non-perorangan).
- d. Minimum setoran berikutnya Rp. 50.000, (Via Teller) dan Rp 1 (Via Echannel).
- e. Saldo Minimum Rp 50.000,-
- f. Penutupan rekening Tabungan BSM Wadiah dikenakan biaya sebesar Rp 20.000,-.
- g. Gratis biaya administrasi.
- h. Biaya kartu hilang/rusak Rp 25.000,-
- i. Fasilitas Kartu debit: GPN dan Visa

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Mudharabah

Akibat semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan syariah, maka akan berdampak pada pendapatan atau omset bank syariah itu sendiri. Untuk itu suatu bank syariah dituntut memperluas market share-nya agar tidak kalah dengan bank lain. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi pemasaran yang efisien dan sesuai, untuk itu

pemasaran menjadi suatu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha, sehingga tujuan-tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai. Pemasaran juga harus didukung oleh kerja sama yang baik dari setiap komponen perusahaan tersebut.

Setiap melakukan kegiatan pemasaran, diperlukan bauran pemasaran atau marketing mix. Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa strategi tersendiri dalam melakukannya sebagai berikut:

- a. Strategi Product (produk). 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. Produk wadiah yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan disini adalah Produk BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Valas, BSI Tabungan Haji Indonesia, BSI Tabungan Haji Muda Indonesia, dan BSI Tabunganku dengan menawarkan kepada masyarakat bahwa menabung dan menyimpan dana itu memiliki banyak manfaat. Misalnya saja apabila kita membutuhkan uang untuk keperluan yang mendadak, kita bisa mengambilnya setiap saat.
- b. 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. Suatu bank harus menentukan harga dari produknya, tentunya dengan mempertimbangkan keuntungan yang didapat pula. Untuk pembukaan rekening Bank Syariah Mandiri sendiri sudah menetapkan harga yang ringan hanya dengan Rp. 20.000,- kita sudah bisa membuka rekening tabungan.
- c. Strategi Place (tempat). Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan terletak di lokasi yang strategis yaitu terletak di Jl. Jendral sudirman, Kel. Aek Kanopan Timur Kec. Kualuh Hulu, Kab. Labuhanbatu Utara, Provinsi Sumatera Utara, kode pos: 21273.. Jalan ini merupakan jalan yang cukup mudah ditempuh dengan kendaraan bermotor ataupun kendaraan-kendaraan lainnya. Selain melakukan transaksi di kantor, marketing Bank Syariah Indonesia juga bersedia dengan langsung mendatangi nasabah di rumah atau di tempat mereka berusaha karena nasabah akan merasa diringankan dan diuntungkan serta merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh bank. Selain itu ketika di luar kantor marketing bisa lebih leluasa dalam menjelaskan dan memasarkan produk banknya kepada calon nasabah.
- d. Strategi Promotion (promosi). Untuk dapat memberitahukan nasabah tentang produk bank adalah melalui sarana promosi. Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan dalam memasarkan Tabungan Wadiah dengan sebagai berikut:

- a. Periklanan menerapkan iklan melalui media massa yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan wadi'ah yaitu, dengan cara memberikan brosur kepada masyarakat atau calon nasabah dan memasang spanduk yang diletakkan di tempat-tempat strategis.
- b. Promosi Penjualan (Sales Promotion) yaitu promosi yang dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi penjualan yang dilakukan BSI KCP Aek Kanopan dilakukan melalui pesta hadiah kepada nasabah yang loyal, baik top up saldo maupun buka tabungan baru.
- c. Publisitas (publicity) yaitu, bagaimana Bank Syariah Indonesia dalam menjalin hubungan dengan para nasabah atau masyarakat. Salah satu caranya yaitu dengan melalui kegiatan seperti pameran, perlombaan, dan menjadi sponsor kegiatan. Kegiatan publisitas ini diharapkan dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Selain itu, tujuan publisitas ini agar nasabah mengenal lebih dekat, dengan begitu nasabah akan selalu mengingat BSI dan diharapkan akan menarik nasabah.
- d. Penjualan pribadi (personal selling) yaitu penjualan produk yang dilakukan seluruh pegawai bank. Seperti penjualan yang dilakukan oleh marketing funding dan customer service yang melakukan cross selling, yaitu strategi untuk meningkatkan penjualan produk baru kepada nasabah yang sudah ada dengan cara menawarkan produk lainnya yang berbeda.
- e. Pendekatan Door to door oleh marketing funding yaitu karyawan yang bertugas khusus dalam memasarkan produk dan jasa dengan kunjungan langsung di lingkungan sekitar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1. Produk tabungan wadi'ah di Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan ada lima macam yaitu: Produk BSI Tabungan Easy Wadi'ah, BSI Tabungan Valas, BSI Tabungan Haji Indonesia, BSI Tabungan Haji Muda Indonesia, dan BSI Tabunganku.
- 2. Strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan dalam pemasaran produk khususnya tabungan wadi'ah adalah dengan mengembangkan marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari empat unsur yakni strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi.

Saran

- 1. Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan sebaiknya terus menambah inovasi fitur produk dan fasilitas, khususnya memberikan program-program menguntungkan yang belum terealisasikan. Diharapkan BSI bisa mengeluarkan program-program menguntungkan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah sebagai daya tarik nasabah.
- 2. Selalu tingkatkan kualitas sumber daya manusia yang profesional agar tercipta Bank Syariah Indonesia yang terdepan dan modern, dengan mengadakan pelatihan-pelatihan kepada semua karyawan. Serta pertahankan prestasi-prestasi yang pernah diraih Bank Syariah Indonesia KCP Aek Kanopan

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.bankbsi.co.id>

Sejarah Perseroan Bank Syariah Indonesia, dapat diakses pada https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html

Kasmir, Manajemen Perbankan. Edisi revisi, Jakarta: PT. RajaGrafindo Pustaka. 2012.

Ramadhani Ichsan, Pegawai Customer Service BSI KCP Aek Kanopan, 2022.

Sofyan Assasuri, Manajemen Pemasaran Dasar Konsep & Strategi, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.

Yusdani, Perbankan syariah Berbasis Floating Market, Millah. Vol. IV, No. 2. Edisi Januari 2005.